

Detailhandels- en Horecabeleid gemeente De Bilt

naar een toekomstbestendige detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt

Voorwoord

Voor u ligt het Detailhandels- en Horecabeleid voor de gemeente De Bilt. Dit beleid is opgesteld met de doelstelling om gezamenlijk - gemeente, ondernemers en eigenaren - te komen tot een gezonde en toekomstbestendige detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt. In een breed en intensief proces is in nauwe samenwerking met de Biltse winkeliers toegewerkt naar dit beleidsstuk. Alle partijen hebben vanuit hun eigen rol en positie de verantwoordelijkheid om met dit beleid op de juiste manier de detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt te versterken. Ik reken erop dat we die verantwoordelijkheid samen oppakken.

Wethouder Ebbe Rost van Tonningen
De Bilt, november 2017

Inhoudsopgave

Voorwoord		2
Inhoudsopgave		3
Samenvatting		6
1	Aanleiding, Uitgangspunten en Doelstellingen	9
1.1	Aanleiding	9
1.2	Doelstellingen	10
1.3	Proces	10
2	Een nieuwe visie voor 2025	12
2.1	Inleiding	12
2.2	De nieuwe realiteit in de detailhandel en horeca	12
2.3	De gemeente De Bilt staat op een kantelpunt	14
2.4	Visie 2025: doelstelling en stip op de horizon	16
2.5	Naar een nieuw netwerk van winkellocaties	17
2.6	Afbakening winkelgebieden	19
2.7	Uitwerking gewenste detailhandelsstructuur	21
2.8	Uitwerking Bilthoven-centrum en De Bilt Hessenweg / Looydijk	23
2.9	Uitwerking Maertensplein	26
2.10	De andere boodschappen-steunpunten	26
2.11	Uitwerking gemengde zone Oude Dorp De Bilt	27
2.12	Uitwerking verspreide detailhandel, PDV en horeca	28
2.13	Overige relevante en actuele thema's	30
2.14	Effecten op de regionale detailhandelsstructuur	34
2.15	Samengevat: beleidsuitgangspunten	35
3	Van plan naar uitvoering: De Strategie	36
3.1	Inleiding	36
3.2	Marktinitiatieven leidend	37
3.3	Oprecht samenwerken en het convenant	38
3.4	Focus op structuurversterkende opgaven	40
3.5	Toetsingskader	40
4	Uitvoeringsprogramma	42
4.1	Inleiding	42
4.2	Toekomstige positie Kwinkelier en centrumplan	42
4.3	Middenstandsoverleg-plus, locatieschouw en actieplannen	42
4.4	Branding en brancheprofielen	44
4.5	Transformatiefondsen	45
	(inclusief stimuleringsregeling voor gevels / panden en ondernemerschap)	45
4.6	Actief wegbestemmen	47
4.7	Leegstandsverordening	48
4.8	Nieuw voor oud: saldobenadering	49
4.9	Herijken en handhaven van bestemmingsplannen	50
4.10	Locatieontwikkeling	51
4.11	Acquisitie	52
4.12	Bedrijfs/Startersondersteuning, wijk economie	53
4.13	Regeldruk verminderen	54
4.14	Blurring	55

4.15	Samenwerking winkelgebieden op wijk-buurt- en dorpsniveau en perifere detailhandel	56
4.16	Nieuwe Weekmarkt	57

Bijlagendocument:

1	Gemeentelijk rol nader belicht	58
1.1.1	Veranderende rol van gemeenten	59
1.1.2	Betrouwbare Overheid vs. Ondernemersruimte	60
1.1.3	Beperking voor de gemeente	60
2	Trends, Cijfers en Bouwstenen	62
2.1	Inleiding	62
2.2	Trends in de Detailhandel en Horeca	62
2.2.1	Consumentengedrag	62
2.2.2	Technologische Ontwikkeling en Concurrentie	62
2.2.3	Ontwikkelingen en effecten in De Bilt	63
2.3	Vraag en Aanbod (DPO)	65
2.3.1	Vraag	65
2.3.2	Aanbod	66
2.3.3	Conclusies en Ontwikkelruimte	70
2.4	McKinsey Rapport	72
2.5	Randstad Koopstromenonderzoek 2016	73
2.5.1	Stijgers	73
2.5.2	Dalers	74
2.5.3	Factsheets gemeente De Bilt Koopstromenonderzoek	74
2.5.4	Actuele leegstand	78
2.5.5	Doorvertaling van de analyses en de ontwikkelruimte voor de winkelgebieden	79
3	Huidige winkelgebieden	80
3.1	Inleiding	80
3.2	SWOT-analyse winkelcentra gemeente De Bilt	80
3.3	Centrum Bilthoven	82
3.4	Hessenweg/Looydijk De Bilt	82
3.5	Maertensplein Maartensdijk	83
3.6	Vergelijking van de hoofdwinkelcentra	83
3.7	Overige locaties	89
3.7.1	Planetenbaan Bilthoven	89
3.7.2	Het Oude Dorp De Bilt	89
3.7.3	Winkels Bilthoven-Noord (Het Kleine Dorp en PLUS)	90
3.7.4	Horeca	90
3.7.5	Verspreide bewinkeling en perifere detailhandel	91
4	Relaties met andere beleidsvelden	92
4.1	Economisch beleid	92
4.1.1	Werkgelegenheid	92
4.1.2	Life Science As	92
4.1.3	Kennisinstituten	92
4.1.4	Diensten- en creatieve sector	92
4.1.5	Agrarische sector	92
4.1.6	Industrie, groothandel en bouw	92
4.1.7	Recreatie	93
4.2	Horeca en Blurring	93
4.3	Mobiliteit, Verkeer en Parkeren	93
4.4	Woningbouw en demografie	93
4.5	Burgerparticipatie	93
4.5.1	Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen	94

4.5.2	Circulaire economie	94
4.5.3	Prosumptie in de informele economie	94
4.6	Nationaal en provinciaal beleid	94
4.6.1	Landelijk beleid: retailagenda	94
4.6.2	Provinciaal beleid	95
5	Koopstromenonderzoek Randstad 2016	98
6	Leefstijlen in de gemeente De Bilt	103
7	Trends in de detailhandel	107
8	Trends in de horeca	111

Samenvatting

Voor u ligt het Detailhandels- en Horecabeleid voor de gemeente De Bilt. In 2016 heeft de gemeenteraad de **startnotitie** Detailhandels- en Horecabeleid vastgesteld. Met die startnotitie heeft de raad de kaders voor het detailhandelsbeleid bepaald. Deze hebben geleid tot een aantal uitgangspunten:

- Het totaalpakket van instrumenten van de gemeente voor het realiseren van de gewenste detailhandelsstructuur moet worden ingezet;
- De drie hoofdwinkelcentra vormen de ruggengraat van de detailhandel. Concentratie van het winkelaanbod in die winkelcentra is zeer gewenst;
- Voor de overige detailhandelsconcentraties in de gemeente kan een conserverende lijn gevolgd worden zodat deze gebieden binnen de bestaande omvang en kracht kunnen blijven functioneren maar niet worden uitgebreid;
- Toevoeging van detailhandelsvestigingen buiten de drie genoemde centra zal niet worden toegestaan.

Doelstelling

De **doelstelling** van dit beleid is **het toekomstbestendig maken én houden van de detailhandel en de winkelondersteunende horeca in de gemeente De Bilt**. Dit moet in gezamenlijkheid door gemeente, ondernemers en eigenaren gerealiseerd worden. Vanuit deze algemene en abstracte doelstelling zijn in de nota concretere subdoelen geformuleerd.

Voor een gemeente als De Bilt is het belangrijk om in te zetten op een **aantrekkelijk en compleet voorzieningenniveau** dat zich continu blijft vernieuwen. Het **inspelen op de dynamiek** in de detailhandel en de horeca is goed voor het woon-, leef- en verblijfsklimaat. Ruimtelijk is een **goede spreiding van de basisvoorzieningen** over de dorpen en wijken gewenst, inclusief **aantrekkelijke centrumgebieden** en overige vormen van detailhandel.

Uitdaging

In de gemeente De Bilt, als middelgrote gemeente, staat de detailhandel in de niet-dagelijkse sector onder druk. Ondernemers en formules stoppen ermee, maken een doorstart of trekken zich terug in de grote steden. De uitdaging wordt steeds groter om een **aantrekkelijk winkelaanbod** te bieden. Dat blijft wel van belang om te voorkomen dat de bestedingen naar elders **weglekken**. Dat wordt verergerd als sprake is van **zichtbare leegstand** en het aanbod onvoldoende vernieuwt.

Het is **'vijf voor twaalf'** voor de winkelvoorzieningen in de gemeente De Bilt. De koopkrachtbinding en de regionale verzorgingsfunctie staan onder druk en het signaal is inmiddels duidelijk. Omdat de kwaliteitsimpuls in het aanbod uit is gebleven worden de betrokken partijen in de gemeente geconfronteerd met een **overschot van circa 16.000 m² wvo detailhandelscapaciteit** in de totale gemeente, bestaande uit:

- 5.500 m² leegstand: dat zijn ca 30 panden, bij 7% leegstand;
- 5.000 m² wvo (6.500 m² bvo) plancapaciteit: met de Kwinkelier, de Driehoek en de herontwikkeling van het Vinkenplein;
- 5.560 m² wvo DPO-overschot in 2025: dat is een teveel van 1.060 m² wvo dagelijks en 4.500 m² wvo niet-dagelijks aanbod. Dat geldt in het scenario waarbij de lokale bevolkingsgroei achterblijft en de koopkrachtorientatie op de eigen winkelvoorzieningen autonoom blijft dalen. Dit als gevolg van het veranderende consumentengedrag en als een kwalitatief aantrekkelijker aanbod uitblijft.

Keuzes

Het is cruciaal een goed antwoord op de dynamiek in de detailhandel te vinden. Anders worden de uitdagingen steeds groter om de sector te versterken. De omzet trekt de laatste jaren weer aan, de winstmarges staan nog steeds onder druk. In plaats van groei blijft de noodzaak om te vernieuwen overeind. Er moeten keuzes gemaakt worden. Voor de gemeente De Bilt komt dat neer op:

- een netwerk van gezonde winkelconcentraties,
- de afbouw van winkelgebieden zonder perspectief en

- het beperken van solitaire winkelvestigingen;
- deze drie aandachtspunten zijn ook van toepassing op de winkelondersteunende horeca.

Het **overschot aan detailhandelscapaciteit** en de leegstand dwingt de betrokken partijen om nu over te gaan tot optimalisatie, en de onderlinge relaties te onderkennen met de andere winkelgebieden. Daarvoor zal ook het **toekomstperspectief** bepaald moeten worden. De oplossing zal neerkomen op verplaatsing van ondernemers vanaf nader te bepalen saneringslocaties, en **concentratie en compactisering** van de winkelgebieden. Die overwegingen gelden binnen de totale detailhandelsstructuur van de gemeente. Alleen op die wijze kan een **reëel toekomstperspectief** geboden worden aan de ondernemers en ontstaat een aantrekkelijk voorzieningenaanbod voor de consument. Het is een **behoudend maar ook een reëel ambitieniveau** waardoor het noodzakelijk zal zijn dat alle partijen optimaal met elkaar gaan **samenwerken** om tot een toekomstgerichte detailhandelsstructuur te komen.

Focus

De hoofdwinkelcentra van Bilthoven en De Bilt en het kleinere Maartensdijk vormen de ruggegraat. Deze drie centra hebben met hun **goede spreiding** een duidelijk primaat in de gemeentelijke detailhandelsstructuur. Waarbij het Maartensplein pas vernieuwd is en goed functioneert. Aandacht is daar wel nodig voor parkeren en een leegstaande locatie.

De focus ligt hoofdzakelijk op De Bilt-centrum en Bilthoven-centrum. Het is niet meer haalbaar om in te blijven zetten op uitbreiding van deze centrumgebieden. De nadruk verschuift naar een kwalitatieve impuls waarbij de beide winkelgebieden zich moeten versterken op basis van hun eigen kracht. Termen als **optimaliseren, basis op orde, afbouw vierkante meters en compactiseren, leegstands aanpak, kansen voor stationgerelateerde impulsaankopen, bereikbaarheid, marketing en promotie** zijn hierin cruciaal. Binnen de detailhandelsstructuur ligt de nadruk op het aantrekkelijk houden van de drie centrumgebieden. Voor de overige centra, ofwel de **boodschappensteunpunten in de wijken** blijkt dat de gemeente over een behoorlijk dagelijks aanbod beschikt **maar moet het mogelijk zijn deze voorzieningen uit te breiden zodat het bestaansrecht kan blijven bestaan**. Vandaar dat het uitgangspunt in deze detailhandelsnota is om te blijven streven naar een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de **gemeente** maar daarbij de supermarkten in de buurten niet te groot te laten worden. Er wordt derhalve een **licht conserverende lijn** aangehouden zodat deze gebieden binnen de bestaande kracht kunnen **blijven functioneren maar zich wel kunnen ontwikkelen wanneer de marktomstandigheden daarom vragen en afdoende aangetoond worden**.

Beleidsuitgangspunten

Belangrijke beleidsuitgangspunten in de detailhandelsstructuurvisie zijn:

- Compacte kernwinkelgebieden en clustering van functies in de centra van Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk;
- Buiten kernwinkelgebieden en aanloopstraten wordt ingezet op de transformatie naar andere functies;
- **In de kernen De Bilt, Bilthoven en Maartensdijk worden nieuwe ontwikkelingen in de dagelijkse sector buiten de centrumgebieden enkel gefaciliteerd wanneer dat op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld. Hiertoe kan maatwerk geleverd worden.**
- **In de kernen Hollandsche Rading, Groenekan en Westbroek worden nieuwe ontwikkelingen in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector gefaciliteerd wanneer dat op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld en het verzorgingsgebied van de betreffende kern niet onevenredig overstijgt.**
- Boodschappenlocaties in de wijken en buurten **zijn idealiter** ondersteunend aan de centrumgebieden;
- Behoud bestaande Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV);
- Kringloopwinkels zijn inpasbaar in de winkelgebieden, maar mogen onder voorwaarden naar een PDV-locatie;
- Internetverkoop in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming;

- Detailhandel op bedrijventerreinen buiten PDV-locaties en in landelijk gebied is alleen toegestaan als ondergeschikte nevenactiviteit;
- Goede ruimtelijke ordening;
- Regionale afstemming van het detailhandels- en horecabeleid en inzet van instrumenten.

Uitvoeringsstrategie

De uitvoeringsstrategie is gericht op het gedurende lange tijd **faciliteren** van kansrijke initiatieven die een aanvulling vormen op het bestaande aanbod en tegelijkertijd **ontmoedigen** van ongewenste ontwikkelingen. Draagvlak en samenwerking zijn bepalend voor het behalen van het gewenste eindresultaat. Mogelijke initiatieven zullen beoordeeld worden op de actuele (regionale) behoefte en de inpassingsmogelijkheden in het bestaande stedelijke gebied (beslisboom). Het initiatief voor de vernieuwing van de detailhandelsstructuur zal zoveel mogelijk uit moeten gaan van de ondernemers, vastgoedeigenaren en andere (investerende) marktpartijen.

Actieprogramma

Deze nota bevat een uitvoeringsprogramma waarbij een aantal actiepunten schematisch zijn uitgewerkt in het instrumentarium. Hierbij draait het om enerzijds zo veel mogelijk draagvlak en anderzijds een goed onderbouwde argumentatie waarom een bepaalde **koers** wordt ingezet. Het algemene belang gaat hierbij voor het individuele. Bij de uitvoering van de detailhandels- en horecanota wordt de visie op de detailhandelsstructuur verder uitgewerkt in de actieprogramma's. Daarbij kan de volgende indeling gehanteerd worden:

- Gebiedsprofielen en branding;
- Maximaliseren van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte en gevels;
- Ruimte voor ondernemerschap;
- Vastgoed;
- Bereikbaarheid en parkeren;
- Overig.

Samenwerking, Citymanager en Convenant

Zondermeer de belangrijkste randvoorwaarde is dat betrokken partijen 'echt' gaan samenwerken. Want juist de winkel- en centrumgebieden in ons land waarin ondernemers, vastgoedeigenaren, lokale overheid, inwoners, culturele sector etc. vernieuwend samenwerken doen het goed. Om de samenwerking tussen ondernemers (al dan niet georganiseerd), de eigenaren en de gemeente te optimaliseren en het vertrouwen in elkaars aanpak te doen groeien wordt ook een **citymanager** ingezet als bruggenbouwer tussen markt en overheid en voor de vertaling van het beleid naar operationele doelen. De intentie voor een gezamenlijk te ondertekenen en **gemeentebreed convenant** bekrachtigt de samenwerking tussen de ondernemers, de eigenaren en de gemeente waarbij het vertrouwen in elkaars aanpak groeit. De betrokken partijen onderschrijven de inhoud van de detailhandels- en horecanota.

1 Aanleiding, Uitgangspunten en Doelstellingen

1.1 Aanleiding

In 2010 is de nota Detailhandel 2010-2020 opgesteld. In de looptijd van deze nota is veel gebeurd. We hebben ontwikkelingen gezien zoals de herinrichting van het Maertensplein, de oplevering van het Herenplein aan de Looydijk in De Bilt en de realisatie van de onderdoorgangen in Bilthoven Centrum. Ook de Julianalaan en het Emmaplein zijn vernieuwd, plan Melchior is opgeleverd evenals een deel van het Kronkelstraatje als eerste fase van de herontwikkeling van de Kwinkelier. Er zijn ook ontwikkelingen geweest die zich op een ander niveau hebben voltrokken. Denk hierbij aan veranderend consumentengedrag, toename van de leegstand en de bijbehorende (lokale) leefbaarheidsproblematiek. Deze ontwikkelingen hebben niet altijd een positieve invloed op het detailhandelslandschap in de gemeente De Bilt gehad. Vooral de leegstandsproblematiek is binnen vrijwel alle winkelcentra in de gemeente De Bilt op dit moment een punt van zorg, in Bilthoven-centrum met name door het uitblijven van de herontwikkeling van de Kwinkelier zelf. Mede naar aanleiding van deze ontwikkelingen is besloten het huidige detailhandelsbeleid te actualiseren.

De economische crisis van 2008 heeft een negatieve uitwerking gehad op de koopkracht van de consument. Pas in 2014 kwamen er duidelijke tekenen van herstel. De detailhandel, met name de non-food, verkeert al langere tijd in zwaar weer. De marges namen af en een aantal winkels werd gesloten. De enorme groei van internetverkoop heeft eveneens een grote impact op de detailhandel uitgeoefend. Deze ontwikkelingen vormen mede een verklaring voor de leegstand en die leidt weer tot minder aantrekkelijke winkelgebieden en een neerwaartse spiraal.

Op 26 mei 2016 heeft de gemeenteraad de startnotitie Detailhandels- en Horecabeleid raadsbreed vastgesteld. Met die startnotitie heeft de raad de kaders voor het detailhandelsbeleid bepaald, die in deze nota zijn uitgewerkt. De door de Gemeenteraad gestelde kaders en de denkrichtingen van het College van B&W zijn hieronder samengevat in een aantal uitgangspunten.

- Gezien de ontwikkelingen in de detailhandel op zowel macro- als microniveau moet het totaalpakket van instrumenten van de gemeente tot het realiseren van het gewenste beleid worden ingezet;
- De drie hoofdwinkelcentra vormen de ruggengraat van de detailhandel. Concentratie van het winkelaanbod in die winkelcentra is zeer gewenst;
- Voor de overige detailhandelsconcentraties in de gemeente kan een conserverende lijn gevolgd worden zodat deze gebieden binnen de bestaande omvang en kracht kunnen blijven functioneren maar niet worden uitgebreid;
- Toevoeging van detailhandelsvestigingen buiten de drie genoemde centra zal niet worden toegestaan.

In aanvulling daarop:

- Vrijkomende detailhandelsvestigingen worden gestimuleerd om te transformeren naar een andere functie;
- Verruim de mogelijkheden voor menging van detailhandel en horeca om zo de verblijfskwaliteit van de winkelcentra te vergroten.

Voorwaarde voor succes is dat de gemeente een regisserende rol vervult naast de eigen verantwoordelijkheid van de marktpartijen. Naast de regisserende rol fungeert de gemeente ook als aanjager om de gewenste ontwikkelingen tot stand te brengen. De gemeente beschikt over een aantal instrumenten die bij de regisserende en aanjagende rol kunnen worden ingezet. De controlerende taken van de gemeente dragen bij aan het onderlinge vertrouwen ten opzichte van de marktpartijen. Dat geldt bij de handhaving van bestemmingsplannen en het voorkomen van gedoogsituaties.

1.2 Doelstellingen

Het primaire doel van het detailhandels- en horecabeleid is:

Het toekomstbestendig maken én houden van de detailhandel en de horeca in de gemeente De Bilt.

Wat betreft de horeca gaat het daarbij met name om de winkelondersteunende horeca, en niet om de disco's, nachthoreca, hotels e.d. die geen relatie hebben met het functioneren van de winkelgebieden. Dat beleid is vaak georganiseerd op basis van openbare orde (met aspecten als overlast en veiligheid).

Vanuit de algemene en abstracte doelstelling zijn concretere subdoelen geformuleerd. Uit de startnotitie spreekt zowel een grote urgentie als een grote ambitie. Er is behoefte aan een veelomvattende aanpak. Het toekomstbestendig maken van de detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt moet worden vertaald naar operationele doelstellingen:

- Het opstellen van een helder afwegingskader voor ontwikkelingen, initiatieven en activiteiten ten aanzien van detailhandel en horeca;
- Het maken van en houden aan duidelijke keuzes ten aanzien van ruimtelijke ontwikkelingen;
- Het nemen van gedeelde verantwoordelijkheid waarbij de stakeholders elkaar helpen en vanuit eigen kracht en verantwoordelijkheid samen optrekken;
- Het benutten van gemeentelijke instrumenten die hieraan een bijdrage kunnen leveren;
- De sterke punten van de detailhandel én van de horeca inclusief diensten e.d. gebruiken om de totaalbeleving van winkelcentra te versterken;
- De samenwerking van en door ondernemers en vastgoedeigenaren te verbeteren en ten dienste van de toekomstbestendigheid te stellen.

Deze doelstellingen zijn in hoofdstuk twee tot en met vier nader uitgewerkt. Hoofdstuk twee vormt de visie op de detailhandel en de horeca waarna hoofdstuk drie de strategie voor de toekomst bevat. Hoofdstuk vier omvat het uitvoeringsprogramma. Achtergrondinformatie, onderzoeken, bouwstenen ten behoeve van het beleid zijn in het aparte bijlagendocument opgenomen.

1.3 Proces

In 2015 heeft er op initiatief van de gemeenteraad een rondetafelbijeenkomst plaatsgevonden waarin de raad Prof. C. Molenaar heeft uitgenodigd en het gesprek is aangegaan met een aantal lokale experts en de voorzitters van de winkeliersverenigingen. Deze avond heeft veel informatie en inzicht opgeleverd over het gezamenlijk nemen van verantwoordelijkheid, het vinden van samenwerking en het inspelen op het veranderende consumentgedrag.

Nadat in 2016 de startnotitie is vastgesteld is voorliggende detailhandels- en horecanota opgesteld op basis van bilaterale gesprekken met vertegenwoordigers van winkelcentra en het gezamenlijk middenstandsoverleg. De bevindingen van die gesprekken zijn opgenomen in deze nota. Daarna is de concept-detailhandelsnota door verschillende betrokkenen en experts tegen gelezen en is het conceptbeleid besproken.

Tevens heeft op 11 april 2017 een raadsavond plaatsgevonden met de raadsleden en de ondernemers over het DPO en het detailhandelsbeleid. Uit deze avonden hebben zowel de gemeente als de

ondernemers lering getrokken. Bij de afronding van de rapportage is samengewerkt met Seinpost Adviesbureau.

Na vaststelling van de nota door het college van B&W volgde nog een inspraakperiode. De ingekomen reacties, opmerkingen en verbeterpunten zijn in de nota verwerkt waarna voorliggende nota aan de Biltse gemeenteraad is aangeboden.

2 Een nieuwe visie voor 2025

2.1 Inleiding

In de gemeente De Bilt is behoefte aan een actuele detailhandels- en horecanota voor de periode 2017-2025. De gemeente en de betrokken marktpartijen beschikken dan over een gezamenlijk wensbeeld dat vraagt om een actiegericht uitvoeringsprogramma. Het wensbeeld wijkt af van hetgeen in de Nota Detailhandel van 2010 gedacht werd toen het DPO aangaf dat er nog 3.000 tot 6.500 m² wvo aanbod bij kon. Sindsdien zijn nieuwe inzichten ontstaan vanuit het DPO 2016 (bron: Emma retail), de Startnotitie Detailhandels- en Horecabeleid en de bijlagen van deze nota. Door de nieuwe realiteit in de detailhandel is de aandacht verschoven van uitbreiding naar het schrappen van metrages. Dat vraagt om goed onderbouwde keuzes. De horeca biedt daarbij kansen maar dan doordacht en weloverwogen op basis van een gezamenlijke visie. In dit hoofdstuk wordt kort ingegaan op de nieuwe realiteit. Vervolgens wordt het toekomstperspectief voor de detailhandel en de winkelondersteunende horeca en dienstverlening in de gemeente De Bilt geschetst inclusief de gevolgen voor de verschillende winkelgebieden.

2.2 De nieuwe realiteit in de detailhandel en horeca

Voor een gemeente als De Bilt is het belangrijk om in te zetten op een aantrekkelijk en compleet voorzieningenniveau dat zich continu blijft vernieuwen. Het inspelen op de dynamiek in de detailhandel en de horeca is goed voor het woon-, leef- en verblijfsklimaat. Niet alleen de eigen inwoners maken gebruik van deze voorzieningen. Dat geldt ook voor mogelijke bezoekers uit de regio, dagrecreanten en toeristen en overige doelgroepen zoals reizigers die onderweg zijn en werkzame personen in de gemeente. Winkelgebieden vervullen niet alleen een functie als plek om iets te kopen of te consumeren. Ze hebben een belangrijke sociale functie als plek voor ontmoeting, beleving, menselijke interactie, een prettig verblijf, een terrasbezoek of voor een evenement. Een centrumgebied biedt daarbij het podium waar dingen mogen ontstaan. De opkomst van flexwerken in de horeca en haar functie als 'nieuwe huiskamer' zijn daar mooie voorbeelden van. De ondernemers spelen met hun personeel een cruciale rol in de gastvrijheid van een centrum, niet alleen met hun kennis over producten en diensten maar ook over de behoeften van de klant. Omdat die behoeften veranderen moeten ondernemers blijven investeren in hun winkel- en horecaconcepten, de eigenaren in hun panden en de gemeente in de openbare ruimte: samen leggen zij de rode loper uit! De detailhandel, horeca en diensten leveren een substantiële bijdrage aan de werkgelegenheid en de opleiding van personeel. Dat geldt niet alleen voor de vaste en tijdelijke banen maar zeker ook voor de eerste werkervaringen van vele jongeren.

In het voorzieningenniveau hoort een gemeente uit te gaan van haar eigen bijzonderheden en kwaliteiten. Ruimtelijk is een goede spreiding van de basisvoorzieningen over de dorpen en wijken gewenst, inclusief aantrekkelijke centrumgebieden en overige vormen van detailhandel. Dat geldt voor:

- het recreatieve winkelen en verblijf;
- het boodschappen doen en de aankoop van de frequente behoeften;
- de doelgerichte aankopen (in/om huis: de PDV-branches zoals doe-het-zelf, tuinartikelen en woninginrichting).

1. Recreatieve winkelgebieden	
2. Boodschappencentra	
3. Doelgerichte winkelgebieden	

Voor de recreatieve en doelgerichte aankopen zijn consumenten vanwege de lagere bezoekfrequentie bereid een grotere afstand af te leggen. Dat geldt met name als sprake is van een grotere kritische massa en een aantrekkelijke aanbodmix op locaties buiten de eigen gemeentegrenzen. Uit het DPO (bron: Emma retail) blijkt dat de inwoners van de gemeente ook de winkelgebieden in de regio bezoeken, en dat de koopkrachtbinding in met name de niet-dagelijkse sector onder druk staat.

Daardoor staat in De Bilt als middelgrote gemeente een aantal non-foodbranches onder druk. Ondernemers en formules stoppen ermee, maken een doorstart of trekken zich terug in de grote steden. De uitdaging wordt steeds groter om een aantrekkelijk winkelaanbod te bieden. Dat blijft wel van belang om te voorkomen dat de bestedingen naar elders weglekken. Dat wordt verergerd als sprake is van zichtbare leegstand en het aanbod onvoldoende vernieuwt. De voornaamste oorzaak is het consumentengedrag dat verandert onder invloed van:

- De bekendheid met het aanbod elders (formules / MKB, beleving, acties, evenementen etc.) in combinatie met de mobiliteit en veeleisendheid van de consument;
- de ruimere openingstijden elders (avond, zondag);
- traffic-winkels op allerlei onderweg-locaties op plaatsen waar veel mensen samenkomen (station, snelweg, ziekenhuis, onderwijs, kantoren, attractie etc);
- het online winkelen: thuisbezorging en afhalen, handel in tweede handsgoederen, showrooming (kijken in winkel, kopen online), merken en fabrikanten die de detailhandel en horeca omzeilen etc.

Het 'Daily Urban System' van de consument speelt een belangrijke rol in het gedrag: de locaties die hij of zij bezoekt voor het werk, studie, recreatie en sport, vrije tijd of zorg. Dat gebeurt individueel, in gezinsverband, met vrienden of collega's. Er is steeds meer gelegenheid om 'ergens anders of onderweg' een boodschap te doen of te consumeren, en dat gebeurt dus ook. Deze 'Customer Journey' wordt vaak van tevoren bepaald op basis van de aantrekkelijkheid van het aanbod en het gemak van het bezoek. De voorbereiding begint thuis door je digitaal en via andere media te laten inspireren en verleiden tot een bezoek of online aankoop. Individuele retailers doen dat volop via omnichanneling, om tegenwicht te bieden aan de pure webshops en om in te spelen op webrooming: online oriënteren en fysiek kopen. Op het niveau van de winkelgebieden vallen de online-aanwezigheid en -activiteiten vaak nog tegen, de consument maakt daar minder gebruik van. De retail is tegenwoordig 'altijd en overal', 24/7, fysiek of online. Jongeren winkelen anders dan ouderen, en zelfs binnen de laatste groep zijn grote veranderingen zichtbaar. De beschikbare tijd is kostbaar.

Zonder een goed antwoord op de dynamiek in de detailhandel worden de uitdagingen steeds groter om de sector te versterken. De omzet trekt de laatste jaren weer aan, de winstmarges staan nog steeds onder druk. In plaats van groei blijft de noodzaak om te vernieuwen overeind. Dan moeten er wel keuzes gemaakt worden. Die keuzes komen neer op een netwerk van gezonde

winkelconcentraties, de afbouw van winkelcentra zonder perspectief en het beperken van solitaire winkelvestigingen. De detailhandel kan daarbij niet los worden gezien van andere centrumfuncties. Dat komt mede door trends met branchevervaging zoals blurring, met een mix van detailhandel, horeca, diensten en leisure. De vernieuwing van het ondernemerschap en de huisvestingscondities zijn met name een verantwoordelijkheid van de marktpartijen. En er zal zo goed mogelijk voldaan moeten worden aan de randvoorwaarden zoals schoon-heel-veilig, een goede bereikbaarheid, parkeergemak en de belevingswaarde: zaken die meer de verantwoordelijkheid zijn van de overheid.

De functie van het fysieke verkooppunt verandert...

Waar het voorheen de plek was waar de klant naar toe moest om iets te kopen is dat al enige tijd niet meer het geval. De klant gaat naar de fysieke winkel vanwege het gemak (boodschappen doen), de persoonlijke service, de beleving of bijvoorbeeld een afhaalfunctie. In sommige branches is zichtbaar dat winkels verkleinen, een deel van het assortiment wordt online aangeboden. De functie van het detailhandelsaanbod in de middelgrote gemeenten als De Bilt verandert daardoor. Winkelgebieden kunnen hun bestaansrecht niet meer ontlenen aan de koopfunctie. Ook andere functies zijn steeds dominanter in winkelgebieden aanwezig, dat is bijvoorbeeld zichtbaar aan de horeca. Dezelfde trend met minder fysiek bezoek treedt echter op bij financiële en particuliere diensten zoals banken, postkantoor, reisbureau, uitzendbureau etc. Winkelgebieden moeten op zoek naar alternatieve functies die voor levendigheid en ambiance zorgen. Het gaat hierbij om onderscheidende functies gebaseerd op puurheid en eigenheid. Behalve bij horeca komt dit ook tot uiting in creatieve functies zoals ambacht en ambachtelijke dienstverlening.



2.3 De gemeente De Bilt staat op een kantelpunt

De nieuwe realiteit dwingt de gemeente De Bilt en de betrokken marktpartijen om samen nieuwe keuzes te maken. Het is belangrijk om daarbij de eigen kwaliteiten en bijzonderheden, haar eigen DNA, niet uit het oog te verliezen. De belangrijkste redenen hiervoor zijn het onderscheidend vermogen t.o.v. de concurrentie en het draagvlak in de samenleving waaronder in het bijzonder het eigen MKB voor de nieuwe aanpak. In de basis heeft de gemeente een aantrekkelijk woon- en verblijfsklimaat dankzij de kwaliteit van de woningvoorraad en haar bosrijke omgeving. Dit trekt gemiddeld hogere inkomensgroepen aan. Wat daarop aansluit zijn de leefstijlen met een oververtegenwoordiging in de blauwe en rode belevingswereld (zie bijlage 6): blauw zijn de ambitieuze en vitale doelgroepen (hogere sociale klasse) die de voorkeur geven aan 'stijlvol, exclusief en verwennen'. Rood wordt gekenmerkt als 'eigenzinnig, anders dan anders en creatief'. Aan het ondernemerschap en couleur locale in met name Bilthoven is te zien dat het aanbod al volop inspeelt op deze leefstijlen.

Het leef- en verblijfsklimaat en de omringende natuur in de gemeente scheppen kansen voor de zorgsector, buitenrecreatie, toerisme, sport en beweging. De gemeente is uitstekend bereikbaar dankzij haar centrale ligging binnen Nederland. De nabije ligging van steden als Utrecht en Zeist maakt al hun voorzieningen en werkgelegenheid (bijvoorbeeld het Utrecht Science Park) makkelijk toegankelijk. Op gemeentelijk niveau wordt daarmee samengewerkt via het Science Park Bilthoven, de Life Science as, en het openbaar vervoer station Bilthoven. De Bilt profileert zich landelijk zoals met het alom bekende KNMI. De relatie met de regio geldt ook voor het omringende winkel- en horeca-aanbod dat onderscheidend is van het aanbod in de eigen gemeente. Dat zijn met name de

centrumgebieden van Utrecht en Zeist, de woonboulevard Kanaleneiland / IKEA, de stadsdeelcentra Overvecht, Bisonspoor en straks Leidsche Rijn en boodschappenlocaties zoals Den Dolder etc.

Het is echter 'vijf voor twaalf' voor de winkelvoorzieningen in De Bilt. De koopkrachtbinding en de regionale verzorgingsfunctie staan onder druk. Zo is in de gemeente de koopkrachtafvlouing naar online tussen 2011 en 2016 gestegen van 1% naar 2% in de dagelijkse sector, en van 8% naar 21% in de niet-dagelijkse sector (bron: KSO2016). Het aanbod oefent niet de aantrekkingskracht uit die het zou moeten hebben, zeker als rekening gehouden wordt met de veeleisende, goed geïnformeerde en mobiele consument.

Het hoofdwinkelgebied Bilthoven-centrum is de laatste jaren in transformatie geweest maar is nog niet op orde. De Kwinkelier vormt een structuurbepalend onderdeel van het totale centrumgebied. Zij is al 15 jaar in afwachting van een revitalisatie en ligt er verwaarloosd bij. Dit schrikt de consument af, het ondernemingsklimaat in de Kwinkelier wordt op de proef gesteld. Het vernieuwde Kronkelstraatje staat nu half leeg. De beide supermarkten Albert Heijn en Aldi vervullen niet de trekkersfunctie die ten behoeve van een dergelijk centrumgebied verwacht mag worden. Het behoud van de marktpositie van Bilthoven-centrum ten opzichte van de grotere (recreatieve) centra in met name de gemeenten Utrecht en Zeist, genoemd in het Detailhandelsbeleid 2010, komt steeds verder onder druk te staan. Het ambitieniveau uit 2010 met een haalbare omvang van 24.000 m² wvo detailhandel in Bilthoven-centrum dient heroverwogen te worden. Sinds eind april 2017 is er eindelijk zicht op een doorbraak in de planvorming. Via een grondverkoop tussen de eigenaar en de gemeente kan de herontwikkeling van de Kwinkelier en daarmee de koppeling aan de Julianalaan en het Vinkenplein gerealiseerd worden.

De stilstand en achteruitgang gelden niet voor het gerenoveerde deel van het centrum. In de omgeving Julianalaan, Emmaplein en Melchiorlaan is wel geïnvesteerd en is het ondernemerschap versterkt. De klant wordt daar beter bediend. Sommige bijzondere en hoogwaardige winkels zijn in staat om klanten van verder weg aan te trekken. En de ondernemers doen hun best om allerlei evenementen en acties te organiseren om hun klanten te binden.

De andere winkelgebieden en solitaire winkels profiteren van de situatie in Bilthoven-centrum. Dat geldt met name voor de Hessenweg / Looydijk dat wel een impuls heeft gekregen met het Herenplein. De onderlinge koopstromen tussen Bilthoven en De Bilt wijzen in het voordeel van de laatste. Maar inclusief de Hessenweg / Looydijk hebben de overige winkelgebieden en de voorzieningen op wijk-dorpsniveau maar beperkte ruimtelijke mogelijkheden om de druk op de koopkrachtafvlouing op te vangen. De kans op afvlouing naar de regionale winkelgebieden blijft daardoor groot.

Het signaal is inmiddels duidelijk. Omdat de kwaliteitsimpuls in het aanbod uit is gebleven worden de betrokken partijen in de gemeente geconfronteerd met een overschot van circa 16.000 m² wvo detailhandelscapaciteit in de totale gemeente

- 5.500 m² leegstand: dat zijn 30 panden, bij 7% leegstand;
- 5.000 m² wvo (6.500 m² bvo) plancapaciteit: met de Kwinkelier, de Driehoek en de herontwikkeling van het Vinkenplein;
- 5.560 m² wvo DPO-overschot in 2025: dat is een teveel van 1.060 m² wvo dagelijks en 4.500 m² wvo niet-dagelijks aanbod. Dat geldt in het scenario waarbij de lokale bevolkingsgroei achterblijft en koopkrachtoriëntatie op de eigen winkelvoorzieningen autonoom blijft dalen.

Het DPO-overschot met een te groot winkelmetrage kan alleen worden beperkt naar een neutrale uitkomst als de binding gelijk blijft. Er ontstaat een tekort aan detailhandelsmetrage als de binding in beide sectoren met 6% stijgt, zo stelt het DPO: dan is er een uitbreidingsruimte van circa 750 m² wvo dagelijks en 4.200 m² wvo niet-dagelijks aanbod. Dit is met name in de niet-dagelijkse sector erg ambitieus te noemen als rekening wordt gehouden met de groei van de online-bestedingen. Zo'n bindingsgroei kan alleen gerealiseerd worden als het niet-dagelijkse aanbod een stuk aantrekkelijker wordt, en dan niet wordt versnipperd over meerdere locaties maar geconcentreerd op één locatie. Fysiek zou dat op de locatie Kwinkelier kunnen zijn mits sprake is van een goed plan dat aan alle voorwaarden voldoet voor een aantrekkelijk centrumgebied: qua bereikbaarheid, parkeren, aansluiting

op de bestaande winkels, entrees, routing, goede zichtlijnen, courantheid van de winkels, branchering, beleving etc. Bij extra leegstand in het gerenoveerde deel als gevolg van verplaatsing van ondernemers naar de Kwinkelier is Bilthoven-centrum ook niet gebaat. Ook de bestaande 3.200 m² leegstand in het centrum moet tenslotte opgelost worden hetgeen tezamen met de plancapaciteit neerkomt op een overschot van 8.200 m² vwo. Dat is circa de helft van het totale overschot van 16.000 m² vwo.

Uit de benchmark zoals deze in de bijlage is opgenomen blijkt dat de gemeente De Bilt een beperkt horeca-aanbod heeft. De ontwikkeling van het metrage is achtergebleven, en er ligt relatief veel horeca-aanbod verspreid. Dit biedt kansen voor versterking van de horeca met allerlei nieuwe concepten in de centrumgebieden, maar het lost zeker niet het probleem op van het overschot aan detailhandelscapaciteit.

De gemeente staat nu op een kantelpunt. Het is echt 'vijf voor twaalf' om duidelijkheid te krijgen over de ontwikkelingen op de Driehoek en in de Kwinkelier die van groot belang zijn voor de verdere afronding van het hoofdwinkelgebied en het centrumplan. In blijven zetten op beide plannen is voornamelijk niet langer haalbaar. Het overschot aan detailhandelscapaciteit en de leegstand dwingt de betrokken partijen om nu over te gaan tot optimalisatie, en de relatie te onderkennen met de andere winkelgebieden. Daarvoor zal ook het toekomstperspectief bepaald moeten worden. De oplossing zal neerkomen op verplaatsing van ondernemers vanaf nader te bepalen saneringslocaties, en concentratie en compactisering van de winkelgebieden. Die overwegingen gelden binnen de totale detailhandelsstructuur van de gemeente. Alleen op die wijze kan een reëel toekomstperspectief geboden worden aan de ondernemers en ontstaat een aantrekkelijk voorzieningenaanbod voor de consument. Het is een behoudend maar ook een reëel ambitieniveau waardoor het noodzakelijk zal zijn dat alle partijen optimaal met elkaar gaan samenwerken.

2.4 Visie 2025: doelstelling en stip op de horizon

Geconfronteerd met deze uitdagingen en om tegelijkertijd te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen is een nieuwe gemeentelijke detailhandels- en horecanota noodzakelijk. Het vormt de basis voor een nieuwe samenwerking in de komende vijf tot tien jaar om de gezamenlijke ambities waar te maken. Een dergelijke termijn is nodig omdat sprake is van een megaoperatie op de schaal van deze gemeente waar veel draagvlak voor nodig moet zijn en die ook veel tijd voor overleg en procedures vraagt.

De stip op de horizon fungeert als de nieuwe doelstelling voor het beleid:

- Door de juiste keuzes te maken kan de gemeente De Bilt over vijf tot tien jaar beschikken over een vitale detailhandelsstructuur;
- De gemeente kent drie complementaire en compacte centrumgebieden: Bilthoven-centrum, De Bilt en Maartensdijk. De consument beschikt hierbij over een gevarieerde keuze en aanbod in onderscheidende winkelomgevingen, aangevuld met ondersteunende centrumfuncties zoals de horeca. Het centrum van Maartensdijk vervult hierbij voornamelijk een boodschappenfunctie;
- Gezamenlijk zullen de marktpartijen en de gemeente toe moeten werken naar bruisende centra, met activiteiten en evenementen in een aantrekkelijke ambiance, en met een brede blik op complementaire functies die de centra kunnen versterken;
- De leegstand is teruggebracht tot frictie-niveau. De sector kan blijven vernieuwen, de plannen zijn gerealiseerd of verkleind tot een reëel ambitieniveau. De winkelgebieden bieden in ieder geval een eigentijds detailhandels- en horeca-aanbod;
- Er is sprake van een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente om het belang te dienen van de leefbaarheid en een goed woon- en verblijfsklimaat;
- Om de vitaliteit en de kwaliteit van het voorzieningenniveau te faciliteren is in de kernen Hollandsche Rading, Groenekan en Westbroek ruimte voor bij het verzorgingsgebied passende detailhandel in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector.
- De verspreide bewinkeling is in omvang teruggedrongen, en is beperkt tot aanbod in de PDV-branches dat mogelijk anderszins geconcentreerd is;
- De randvoorwaarden zoals een goede bereikbaarheid en parkeren, schoon-heel-veilig en een prettige belevingswaarde zijn op orde.

2.5 Naar een nieuw netwerk van winkellocaties

Binnen het regionale krachtenveld van winkelbestemmingen wordt in de gemeente De Bilt ingezet op een eigen, toekomstgerichte detailhandelsstructuur, zie de volgende kaart.

Toekomstgerichte detailhandelsstructuur in de gemeente De Bilt



De focus ligt hierbij op de hoofdwinkelcentra van Bilthoven en De Bilt en op het kleinere Maartensdijk. Die drie centra hebben met hun goede spreiding een primaat in de gemeentelijke detailhandelsstructuur. Zij vervullen ook een functie voor de kernen die **waarschijnlijk** te klein zijn voor eigen winkelvoorzieningen: Groenekan, Hollandsche Rading en Westbroek.

In het kleinere Maartensdijk blijft de winkelfunctie beperkt tot de frequente boodschappen. Zij heeft een relatief stabiele marktpositie. In Bilthoven-centrum en De Bilt-centrum ligt dat anders. Branches

die landelijk onder druk staan qua omzet, winst en bezoekersaantallen zijn de mode (kleding, schoenen), huishoudelijke artikelen, speelgoed, media en diensten. Die zijn met name in het centrum van Bilthoven en De Bilt gevestigd. Branches als elektro / bruin- en witgoed en sport zijn al grotendeels verdwenen. Formules als Scapino en Charles Vögele zijn er nog gevestigd maar die hebben al een doorstart gemaakt en kunnen van de ene op de andere dag alsnog tot sluiting overgaan. Ook het Blokker-concern en de banken sluiten her en der filialen, met name in de kleinere steden, en een formule als Bruna onder druk. Het maakt de centra van Bilthoven en De Bilt extra kwetsbaar. Zij zullen op zoek moeten naar een andere dynamiek, niet alleen in de detailhandel maar met name ook in andere sectoren. Bij voorkeur zijn de centra onderscheidend ten opzichte van elkaar. Hierbij kan Bilthoven-centrum gepositioneerd worden als hoofdwinkelgebied met een recreatieve plus in met name de mode en horeca. De Bilt-centrum wordt gepositioneerd als een gemakscentrum met een basispakket frequent benodigde non-food, horeca en diensten.

Om in deze kwetsbare centra een herpositionering mogelijk te maken zal de toevoeging van extra vierkante meters detailhandel in de gemeente kritisch moeten worden benaderd. In plaats van toevoeging verschuift het accent naar het uit de markt nemen van incurante en ongebruikte metrages en naar compactisering op basis van bijvoorbeeld verplaatsing. Hierbij kan de inzet van nieuwe meters in de compacte centra noodzakelijk zijn. De toekomstige marktpositie van deze beide centra verdient de grootste aandacht. Vanzelfsprekend geldt dat ook voor het centrum van Maartensdijk.

De opgaven op de andere detailhandelslocaties is van een andere orde. Daarbij gaat het om de boodschappen-steunpunten, het Oude Dorp en de verspreide bewinkeling waaronder de PDV. De boodschappen-steunpunten in de wijken inclusief Maartensdijk hebben een sterke nadruk op de dagelijkse sector die nog wel een bestedingsgroei vertoont: bijvoorbeeld in de supermarktbranche en de persoonlijke verzorging. Daarvoor moet voldoende draagvlak zijn op wijkniveau. Voorbeelden van deze boodschappen-steunpunten zijn de Planetenbaan, De Leijen en Het Kleine Dorp. Het Oude Dorp wordt gezien als 'gemengde zone' waar nog maar weinig detailhandel gevestigd is.

De branches in de verspreide PDV kennen ieder hun eigen dynamiek. Dat aanbod is in de gemeente De Bilt beperkt van omvang en ligt verspreid. Een aantal winkels in de woninginrichting, doe-het-zelf en tuinartikelen ligt in of aan de rand van de centrumgebieden. De omzetontwikkeling in deze branches is de laatste jaren weer gunstig geweest. Dat geldt voor de woninginrichting en sinds 2016 ook voor de doe-het-zelf en bij tuinartikelen. De belangrijkste aanleiding hiervoor is het aantrekken van de woningmarkt en de verbouwingen van de eigen woningen.

Impressies detailhandelstructuur gemeente De Bilt



2.6 Afbakening winkelgebieden

Binnen de winkelgebieden zal een onderscheid gemaakt moeten worden tussen de kernwinkelgebieden en de omringende deelgebieden. Bij de uitwerking van de centrumgebieden spelen de afbakening en de omvang van de centra een belangrijke rol. In onderstaande categorisering zijn verschillende typen/onderdelen van winkelgebieden algemeen omschreven. Het is een goed hulpmiddel om tot compactisering van winkelgebieden te komen.

Centrumgebied

Afgebakend deel van de kern met een grote verscheidenheid aan centrumfuncties (naast een woonfunctie), waaronder detailhandel, horeca, dienstverlening en cultuur / leisure. Het centrumgebied bestaat uit het kernwinkelgebied, aanloopgebieden en gebieden met vooral een woonfunctie.

Kernwinkelgebied

Een aaneengesloten gebied in de binnenstad, met een hoge concentratie aan detailhandels- en horecazaken en commerciële dienstverlening (bij voorkeur dubbelzijdig, winkels in dagelijkse boodschappen, mode&luxue en vrije tijd, horeca winkelondersteunend), waar de inrichting meestal bestaat uit een promenade. Je vindt hier de hoogste passantenintensiteiten. Daarnaast bevat het vaak een verscluster nabij een supermarkt. De afbakening van het kernwinkelgebied is bepaald op basis van bezoekersstromen, trekkers, bronpunten, DPO-analyse en routing.

Aanloopgebieden

Straten in het centrumgebied die direct aantakken op het KWG met een B-C-milieu met lagere passantenintensiteiten waar de winkel- en/of horecafunctie niet dominant is. Zakelijke dienstverlening, ambacht, cultuur, zorg en wonen kunnen hier domineren. De winkels en horecabedrijven worden er vooral doelgericht bezocht en zijn doorgaans kleinschalig met veel MKB en hebben vaak een eigen karakter. De straten liggen soms nabij een bronpunt van verkeer (fiets, auto, bus, trein).

Woonmilieu met doelgerichte detailhandel

Op deze goed bereikbare locaties aan de rand van het centrum zal binnen de detailhandel het accent verschuiven naar functies met een doelgericht karakter (afhaal- / stop&go-functies). Dat is dan een breedpakketzaak, woonaccessoires, een fietswinkel, tuinartikelen e.d. Dit wordt gemengd met woonfuncties op maaiveld en op verdieping. Ook dienstverlening en woon-werk past goed op een dergelijke locatie. Parkeren kan op korte afstand nabij de doelgerichte winkels.

Mengmilieu geen detailhandel

Dit is een mengmilieu maar dan zonder detailhandel. Naast wonen en wonen-werken gaat het dan om diensten en ambacht e.d.

Woonmilieu

Dit zijn de randzones van het centrumgebied waar de woonfunctie duidelijk prevaleert. Er is sprake van een prettig en wat rustiger woonklimaat waar bezoekers te gast kunnen zijn voor een wandeling of fietstocht, of bezoek aan een specifieke functie als een molen, Museum of een andere monument. Soms zijn hier ook bronpunten voor parkeren van de auto of fiets aanwezig.

Rondom het kernwinkelgebied liggen de aanvullende deelgebieden zoals de aanloopgebieden, een woonmilieu met doelgerichte detailhandel, een mengmilieu zonder detailhandel, en monofunctionele woonmilieus. Impressies zien er als volgt uit in de moodboards:

Figuur 2.4: Moodboards met sfeerimpressies per deelgebied in het centrum



De afbakening van de kernwinkelgebieden kan bepaald worden aan de hand van het DPO, provinciaal beleid (zie de kaarten in de bijlage 4), de ligging van de bronpunten, branchering en trekkers, routing, passantenstromen en onderbrekingen in het winkelfront. De afbakening wordt, mede op basis van genoemde bronnen, samen met de ondernemers vastgesteld. De gezamenlijke locatieschouw kan daarvoor als input dienen.

2.7 Uitwerking gewenste detailhandelsstructuur

Op basis van voorgaande informatie is de nieuwe gewenste ruimtelijk-functionele detailhandelsstructuur voor de gemeente De Bilt opgesteld.

Tabel Uitwerking gewenste detailhandelsstructuur gemeente De Bilt

Winkelgebied	Verzorgings functie	Toelichting	Toekomst
Bilthoven-centrum	Lokaal. Bijzonder ondernemerschap bovenlokaal	Hoofdwinkelgebied: Compleet dagelijks aanbod en basispakket recreatief, consumptieve en verblijfs-horeca, leisure en diensten	Optimaliseren en stimuleren initiatief. Compactiseren kernwinkelgebied met mengmilieu in randzones. Versterken horeca met nieuwe ontwikkelingen.
Hessenweg / Looydijk De Bilt-centrum	Met name lokaal	Gemakscentrum met compleet dagelijks aanbod en basispakket frequent benodigde non-food, horeca en diensten	Optimaliseren en compactiseren kernwinkelgebied, mengmilieu in aanloopgebied. Beperkte nieuwe ontwikkelingen in de horeca
Maartensdijk-centrum Maertensplein	Lokaal	Supermarkt met overige boodschappenfuncties en dorpsvoorzieningen	Consolidatie bestaand aanbod. Versterken horeca
Planetenbaan	Wijk	Boodschappen-steunpunt met ondersteunende wijkfuncties	Eigentijdse supermarkt en verkenning toekomstperspectief kleinschalig ondernemerschap. Locatieonderzoek perspectief weekmarkt (zie nota 2010)
Leyenseweg	Wijk	Nu Action, Hoogvliet, fitness	Van reguliere detailhandel naar volumineuze artikelen, afhankelijk van het PDV-advies. Anders herontwikkeling naar niet-detailhandelsfuncties conform beleid
Oude Dorp De Bilt	Wijk	Mengzone van functies, weinig reguliere detailhandel	Consolidatie. Inzetten op creatieve bedrijvigheid en horeca
Plus De Leijen	Wijk	Boodschappen-steunpunt in de wijk en lokaal functionerende eigentijdse full service supermarkt met een essentieel onderdeel van het dagelijkes aanbod	Optimaliseren
Kleine Dorp Bilthoven-Noord	Wijk	Boodschappen-steunpunt met wijkfuncties	Behoud wijkfunctie
Verspreid	Lokaal, soms bovenlokaal	Beperkte verspreide detailhandel en PDV zoals tuinartikelen, doe-het-zelf	Consolideren PDV en onderzoek concentratie. Reguliere detailhandel afbouwen en verplaatsen naar centrumgebieden

Deze denkrichting wordt in het vervolg op deze nota op hoofdlijnen verder uitgewerkt per winkelgebied en soort detailhandel. Het doel is om deze structuur nader uit te werken tijdens de uitvoering van de detailhandels- en horecanota via het middenstandsoverleg. Daaraan kan dan het definitieve actieprogramma worden gekoppeld. Hiertoe wordt een werkgroep geformeerd die wordt samengesteld vanuit het middenstandsoverleg, de eigenaren e.d.: dit wordt gemakshalve het middenstandsoverleg-plus genoemd. Dit is verder uitgewerkt in paragraaf 3.3. Er wordt een gezamenlijke locatieschouw uitgevoerd en er volgen workshops om in te zoomen op keuzes. Het zo verkrijgen van voldoende draagvlak is essentieel voor het doen slagen van de voorgenomen acties. De informatie die is opgehaald bij de bilaterale gesprekken met de winkeliersverenigingen, en de SWOT die in overleg met de ondernemers is opgesteld (zie SWOT in bijlage), fungeren hierbij als een belangrijke input. Destijds is al veel informatie opgehaald die in de uitwerking van de visie per winkelgebied kan worden betrokken.

2.8 Uitwerking Bilthoven-centrum en De Bilt Hessenweg / Looydijk

Voor de centrumgebieden van Bilthoven en De Bilt zal het noodzakelijk zijn om gezamenlijk na te denken over het toekomstperspectief. De volgende tabel is nader ingevuld om de overeenkomsten en verschillen te duiden tussen De Bilt-centrum en Bilthoven-centrum. Deels is hierin de recente waardering door de consument verwerkt aan de hand van rapportcijfers van het koopstromen-onderzoek Randstad 2016. De volgorde van de kenmerken is gebaseerd op de Customer Journey.

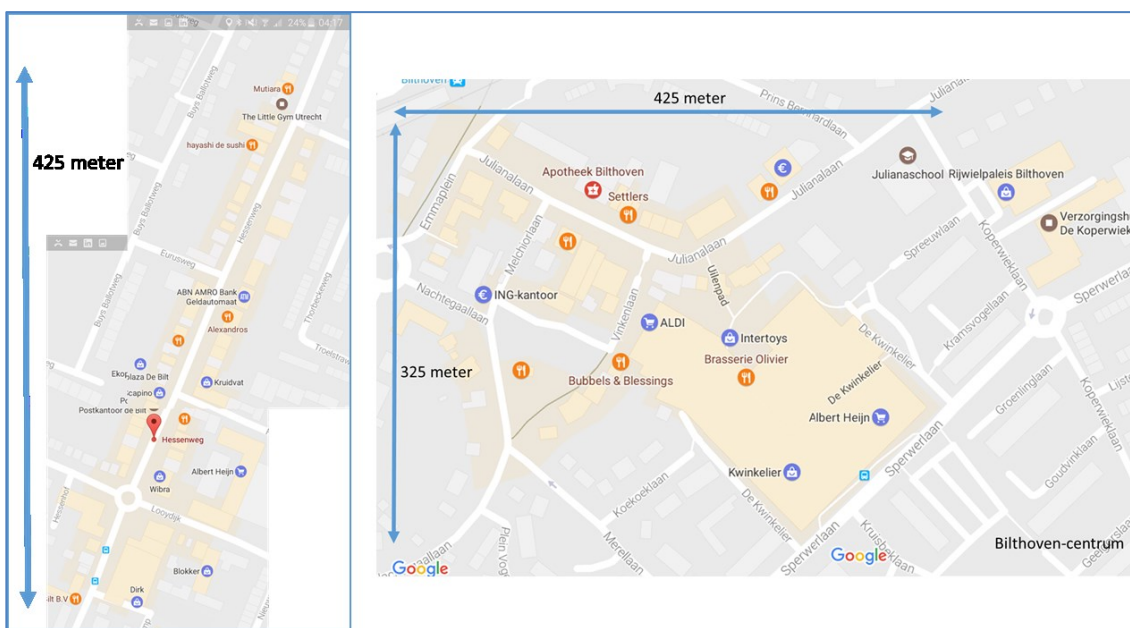
Tabel Vergelijking De Bilt-centrum en Bilthoven-centrum op een aantal kenmerken

De Bilt-centrum	Kenmerk	Bilthoven-centrum
www.hessenweg-looydijk.nl op orde maar weinig vernieuwend, + facebook. Actueel logo	Promotie	www.winkelcentrumbilthoven.nl in ontwikkeling, facebook pagina's. Verouderd logo Kwinkelier
Centrale ligging in kern De Bilt, nabij Bilthoven-zuid	Ligging	Centraal in gemeente, decentraal binnen De Bilt / Bilthoven
Goed voor auto, bus, fiets, assenkruis van wegen, toegang via woonstraat Looydijk. Bewegwijzering verouderd	Bereikbaarheid	Uitstekend via auto en OV, afhankelijkheid doorstroming Soestdijkseweg. Bewegwijzering verouderd
Kruispunt van wegen	Locatie	Aan station en spoorlijn, scharnierpunt Bilthoven-noord & zuid
Hoge waardering gratis / blauwe zone (1,5 uur), lagere waardering capaciteit	Parkeren: capaciteit-tarief	Hoge waardering gratis / blauwe zone (1,5 uur) en capaciteit, matige kwaliteit
Met name gemeente, niet-dagelijks 16% van buiten, bij dagelijks 18%	Verzorgingsgebied	Gemeente, niet-dagelijks 23% van buiten, bij dagelijks 9%
De Bilt	Primaire doelgroep	Bilthoven-noord en -zuid
Groen, daarna blauw en rood	Leefstijlen	Blauw (hogere sociale klasse), rood
11.680 m ² vvo, 60 verkooppunten, betere waardering dan Bilthoven	Winkelaanbod	14.920 m ² vvo, 64 verkooppunten, lagere waardering dan De Bilt
Veel levensmiddelen, overige detailhandel	Branchering winkels	Veel levensmiddelen, mode, woninginrichting, diensten
€ 40 mln dag. (80%), € 11 mln niet-dag.	Omzet indicatief	€ 27 mln dag. (50%), € 29 mln niet-dag.
14 verkooppunten: ruim. Lagere score dan Bilthoven	Horeca-aanbod	9 verkooppunten: beperkt aanbod, Hogere score dan De Bilt
20 verkooppunten, veel ambacht	Overige functies	18 verkooppunten, veel diensten
Gemiddeld lage waardering	Evenementen	Gemiddeld lage waardering
Supers ruim, ook op zondag	Openingstijden	Supers beperkt, niet op zondag
Lage waardering	Service (wc, wifi, afhaal, bankjes)	Zeer lage waardering
Gemiddeld: 1.114 m ² , 7 panden	Leegstand	Hoog: 3.219 m ² , 18 panden
39%, iets ondergemiddeld	Filialisering	36%, is laag, veel zelfstandigen
Gemiddeld: van laag tot soms hoog	Segmentering	Nadruk op hogere segment. Service en kwaliteit als motto
Langgerekt langs straat behalve bij Herenplein en Dirk (totaal 425 meter)	Compact	Groter gebied: deelgebieden met functies in straten / pleinen en voetgangersgebied
Normale schaalomvang: in Hessenweg veel kleinschalig	Verkaveling	Relatief grootschalige units
Sterk afhankelijk van individuele panden: van goed tot matig	Beleving en aantrekkelijkheid	Groot contrast; positief in oude centrum, negatief in Kwinkelier
Goede waardering	Veiligheid	Goede waardering
Gemiddelde score	Netheid	Ondergemiddelde score
Onbekend, zal gemiddeld kort zijn	Verblijfsduur	Onbekend, is langer dan in De Bilt
Complete boodschappen met basispakket non-food	Marktpositie	Complete boodschappen met recreatieve plus
Geen (Molenkamp aan zuidzijde)	Plannen (zacht)	Centrumplan: 4.500 m ² bvo Kwinkelier: (1.500 m ² bvo Driehoek, Vinkenplein)
Optimaliseren en compactiseren met kernwinkel- en aanloopgebieden, met juiste functie op juiste plaats, geen leegstand in hart	Visie en advies	Impuls vereist, compactiseren met kernwinkel- en aanloopgebieden, met juiste functie op juiste plaats, geen leegstand in hart

Bron: Data uit bestaande onderzoeken en locatiebezoek van Seinpost

De grootste verschillen tussen de beide centrumgebieden zijn de sfeer en beleving en de segmentering. Het beeld in De Bilt wordt sterk bepaald door een langgerekte winkelstraat van circa 425 meter met bestemmings- én doorgaand verkeer, langsparkeren en weinig ruimtelijke mogelijkheden in de openbare ruimte. Dit heeft ook zijn voordelen als winkelcentrum gericht op de frequente en efficiënte aankopen om snel een boodschap te kunnen doen of een specifieke winkel te bezoeken. Er kan ook makkelijk een maaltijd afgehaald worden of worden bezorgd. De supermarkten in De Bilt beschikken aan de achterzijde over eigen parkeren. De totale segmentering is van een gemiddeld niveau en de functies zijn divers met de nadruk op de boodschappenfuncties: 80% van de omzet is dagelijks, het supermarktaanbod is relatief sterk.

De omvang van de centrumgebieden van De Bilt en Bilthoven vergeleken



Bron: Apple Maps, 2017

In Bilthoven is de situatie geheel anders. Daar is veel meer sprake van verkeer dat te gast is in het centrumgebied. De functies liggen verspreid over verschillende deelgebieden die op elkaar aansluiten maar niet in een helder circuit: de verbindingen zijn er wel tussen het oude centrum en de Kwinkelier, maar die zijn niet aantrekkelijk en de zichtlijnen ontbreken, de entrees nodigen niet uit. Ook de functioneel ruimtelijke relatie tussen de Julianalaan en het Vinkenplein verdient aandacht. Dit centrumgebied heeft ook een lengte van circa 425 meter van west naar oost, maar het totale oppervlak dat ze beslaat is veel groter dan in De Bilt. Er is bijvoorbeeld veel meer ruimte voor evenementen en die worden er ook gehouden in de openbare ruimte: door de winkeliers, de horeca en andere partijen. Vandaar dat Bilthoven-centrum als dorpshart fungeert en als hoofdwinkelgebied van de gemeente wordt gepositioneerd. De segmentering van het aanbod is veel hoger, met hoogwaardige verkooppunten in de mode, luxe, woninginrichting, horeca en diensten. Meer dan 50% van de omzet is niet-dagelijks. De supermarktfunctie van het centrum laat daarbij te wensen over, die is niet bij de tijd.

Op het gebied van boodschappen doen functioneren de centrumgebieden binnen de gemeente als twee communicerende vaten. Wordt de een versterkt met een overlappende functie of een winkelformule die in beide centra gevestigd is (zie bijlage 3), dan kan dat ten koste gaan van de ander. De dagelijkse sector in De Bilt-centrum heeft lang geprofiteerd van het achterblijven van de herontwikkeling van de Kwinkelier en de aanpak van haar omliggende infrastructuur. Er lijkt nu zicht te zijn op vervolgstappen in de aanpak van de Kwinkelier. Concurrentie tussen de beide centrumgebieden is op zich goed voor de consumentenverzorging, ze moeten beide hun uiterste best doen om in te spelen op de (veranderende) consumentenwensen. Ze kunnen elkaar uitdagen wie dat het beste kan. Hierbij kan de gemeente faciliteren als een dergelijk plan of initiatief past in de totaalvisie. Daarbij staat de consument altijd centraal. Maar enige

zekerheid bij een investering is hierbij wel van belang om te weten waarop elders wordt ingezet.

Het is niet meer haalbaar om in te blijven zetten op uitbreiding van de beide centrumgebieden. De nadruk verschuift naar een kwalitatieve impuls. De krimpende winkelmarkt, met name in de non-food, dwingt marktpartijen en de overheid om tot winkelconcentratie en daarbinnen tot compactisering te komen. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt in het totale centrumgebied met daarbinnen het kernwinkelgebied en de overige deelgebieden. Er zijn toekomstbestendige condities noodzakelijk: dat zijn in ieder geval goede basisvoorwaarden zoals bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, een prettig verblijf, compact, heldere deelgebieden, en de basisfuncties moeten eigentijds zijn. Belangrijk is dat de trekkers zoals de supermarkten in omvang en kwaliteit over eigentijdse condities beschikken, in beide centra. Daaromheen is het zeker mogelijk om tot een verschillend functioneel programma te komen waarbij de centra elkaar kunnen versterken.

De volgende beleidsuitgangspunten komen erop neer dat de beide winkelgebieden zich versterken op basis van hun eigen kracht:

- Bilthoven-centrum als hoofdwinkelgebied met een recreatieve plus, het dorpshart, dé ontmoetingsplek voor de gemeente:
 - Optimaliseren en stimuleren initiatief (Kwinkelier, Driehoek, Vinkenplein, afronding centrumplan), met goede overweging terugdringing totale plancapaciteit aan detailhandel;
 - Basisfuncties op orde zoals de supermarkten: volwaardige service-supermarkt (circa 2.500 m² bvo, 2.200 m² wvo) en discounter (circa 1.500 m² bvo, 1.200 m² wvo);
 - Afbouw detailhandelscapaciteit in het centrum als kwalitatieve impuls door herontwikkeling Kwinkelier binnen afzienbare tijd achter blijft: dan moeten er op basis van het DPO meters uit de markt worden genomen. Met name afhankelijk van dit plan varieert de haalbare omvang van de detailhandel in het hoofdwinkelgebied tussen circa 16.000 – 20.000 m² wvo (in plaats van 24.000 m² wvo uit de detailhandelsnota van 2010);
 - Er liggen kansen voor (impuls)aankopen tijdens het reizen: op het station en in de directe omgeving;
 - Leegstands aanpak: in het nader te bepalen kernwinkelgebied herinvullen, erbuiten transformeren en afbouw detailhandelsmeters;
 - Mogelijk winkels verplaatsen van elders in gemeente: bijvoorbeeld Leyenseweg;
 - Compactiseren van het kernwinkelgebied met functionele deelgebieden eromheen. Hiermee wordt de synergie bevorderd: dagelijks met verscluster, doelgericht, shopmilieu, horeca-concentratie, cultuur / ondernemen, stationsmilieu met traffic-winkels en –horeca, mengmilieu met afbouw detailhandel;
 - Daarbij zicht op transformatiekansen via andere functies waaronder (te verplaatsen) wijkeconomie en blurring e.d.;
 - Versterken lokaal ondernemerschap op basis van eigen wensen;
 - Inzetten op een goed verblijfsmilieu;
 - Marketing en promotie op basis van eigen DNA en versterken recreatie / toerisme;
 - Een adviescommissie horeca ondersteunt bij de geleidelijke uitbouw met nieuwe horecaconcepten:
 - daghoreca in het kernwinkelgebied
 - dag-avondhoreca met nieuwe keukens en terrassen aan het Vinkenplein in het midden- en hogere segment, van fast / to go tot slow food;
 - hotel op de Driehoek met consumptieve horeca in de plint;
 - Gemak, bereikbaarheid en parkeren: goede bewegwijzering e.d.;
 - Zorgvuldig onderzoek naar de verplaatsing van de weekmarkt naar het hoofdwinkelgebied indien zicht bestaat op de ruimtelijke inpassing.

- De Bilt-centrum als gemakscentrum met een basispakket frequent benodigde non-food, horeca en diensten:
 - Optimaliseren en stimuleren initiatief;
 - Basisfuncties op orde zoals de Dirk-supermarkt en herontwikkeling van de Molenkamp. Voor de gewenste omvang van de supermarkten gelden dezelfde vierkante meters als bij Bilthoven Centrum;
 - Haalbare omvang detailhandel circa 10.000 tot 12.000 m² wvo;
 - Leegstands aanpak: in het nader te bepalen kernwinkelgebied invullen, erbuiten transformeren;
 - Mogelijk winkels verplaatsen van elders in gemeente waaronder Aldi De Bilt;
 - Compactiseren met functionele deelgebieden zodat synergie bevordert wordt: dagelijks, overig frequent, doelgericht, mengmilieu met afbouw detailhandelsmeters;
 - Daarbij zicht op transformatiekansen via andere functies waaronder wijkeconomie, blurring en horeca (midden- en lagere segment, nadruk op fast / to go en minder op verblijf / terras);
 - Versterken lokaal ondernemerschap op basis van eigen wensen;
 - Betere uitstraling, beleving en sfeer van de panden in relatie tot de openbare ruimte: een winkelstraat die uitnodigt tot combinatiebezoek;
 - Veiligheid een impuls geven door een aantal verkeersmaatregelen zoals oa betere belijning en kattenogen te realiseren;
 - Stedelijke herverkaveling voor verbetering courantheid van o.a. kleine panden;
 - Marketing en promotie op basis van eigen functie als gemakscentrum;
 - Gemak, bereikbaarheid en parkeren: goede bewegwijzering e.d..
 - Kansen benutten voor verbetering door stevig in te zetten op centrummanagement, zeker ook in relatie met de al bestaande centrumfondsen.

2.9 Uitwerking Maartensplein

Het streven naar een compact kernwinkelgebied met complementaire deelgebieden geldt ook voor Maartensdijk.

Vanwege haar enigszins geïsoleerde ligging is hier de ambitie ruimer om een kleinschalig dorpshart te realiseren, met een sociaal-maatschappelijke functie, consumptieve horeca en diensten. Het plein is pas vernieuwd en functioneert goed, het trekt zelfs klanten van buiten het dorp uit de directe omgeving. Indien daarvoor de ruimtelijke mogelijkheden ontstaan, dan is het raadzaam om verspreid gelegen functies te verplaatsen naar het centrumgebied, zo ook in de detailhandel en de horeca. Bedrijfsopvolging bij het lokale MKB kan een aandachtspunt zijn. Samenwerking is dan belangrijk om onvoorziene ontwikkelingen voor te zijn en om het voorzieningenniveau op peil te houden. Er is momenteel een leegstaande voormalige winkellocatie waarvoor aandacht benodigd is. Hetzelfde geldt voor het parkeren; dat is krap en dient verbeterd worden.

Wat betreft de algemene visie op het centrum van Maartensdijk geldt verder hetzelfde als voor de andere boodschappen-steunpunten.

2.10 De andere boodschappen-steunpunten

De visie op de centrumgebieden in Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk heeft een relatie met de visie op de voorzieningen in de woonwijken en kernen. In het kader van de leefbaarheid is het van belang om op een acceptabele afstand van de woning over een voorziening te beschikken voor de dagelijkse behoeften. Daarbij gaat het om een supermarkt en een versspecialist zoals een bakker, maar ook om bijvoorbeeld een snackbar, kapsalon en aanvullende voorzieningen

zoals een basisschool, buurtgebouw of zorgcentrum. Dit soort plekken ontwikkelen zich tot ontmoetingscentra op wijk-buurt- en dorpsniveau met een (beperkt) op het eigen verzorgingsniveau afgestemd aantal functies. In de gemeente De Bilt worden vier van dit soort locaties onderscheiden:

- Maertensplein in Maartensdijk (zie hierboven);
- Winkelcentrum Planetenbaan in Bilthoven-zuid;
- PLUS De Leijen in de gelijknamige wijk in Bilthoven;
- Het Kleine Dorp in Bilthoven-noord.

Algemene visie

Uit de distributieve berekeningen (DPO 2016) en de benchmark in de bijlagen blijkt dat de gemeente over een behoorlijk dagelijks aanbod beschikt en daarvoor de marktruimte ontbreekt om dat op wijkniveau uit te breiden. Het uitgangspunt in deze detailhandelsnota is om te blijven streven naar een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente. Wanneer er sprake is van levensvatbare nieuwe initiatieven of gewenste uitbreidingen buiten de bestaande centra is dit, mits goed onderbouwd dat hiermee de leefbaarheid en het voorzieningenniveau versterkt wordt, mogelijk. Van belang is daarbij dat de supermarkten in de buurten niet te groot worden. Deze kunnen hooguit in beperkte mate uitbreiden als zij dat willen. Als ze in omvang beperkt blijven, maximaal 1.800 m² bvo (1.500 m² wvo) voor een service-supermarkt en circa 1.200 m² bvo (1.000 m² wvo) voor een discounter, dan gaan er ook geen bovenwijkse voorzieningen ontstaan op dit soort locaties. Het metrage is ook voldoende voor een dorp als Maartensdijk. Wanneer uitbreiding van een supermarkt noodzakelijk is om de ontwikkelingen in de markt te kunnen volgen is dit, mits goed onderbouwd en ingepast, mogelijk. De gemeente kan hiertoe maatwerk leveren.

Planetenbaan

Aparte aandacht is nodig voor winkelcentrum Planetenbaan met haar kleinschalige bewinkeling en de naastgelegen Lidl die wil uitbreiden. Omdat het verzorgingsgebied klein is en het winkelcentrum gedateerd is, is haar toekomstperspectief onzeker. Verplaatsing van ondernemers naar een grotere winkelconcentratie kan een oplossing zijn maar dat zal dan goed voorbereid en gefaciliteerd moeten worden. De ondernemers worden dan in de gelegenheid gesteld om, indien men dat vanuit de eigen exploitatie wenst, te verhuizen in de richting van een van beide centrumgebieden. Dat geldt dan ook voor de kooplieden van de weekmarkt die hier wordt gehouden. De kans op verplaatsing wordt vergroot als inzicht bestaat in de transformatiekansen met de Planetenbaan. Het ligt aan de ondernemers en de eigenaren van de Planetenbaan zelf om hierop in te spelen als zich kansen voordoen. Waarbij een oplossing met een projectontwikkelaar om gezamenlijk tot een transformatie te komen denkbaar is. Daarbij is het wel zaak dat ook de centra die profiteren een gebaar maken richting de Planetenbaan.

Het Kleine Dorp

Een mogelijke kwetsbare positie heeft de Spar in winkelcentrum Het Kleine Dorp in Bilthoven-noord omdat deze Spar veel kleiner is dan de andere supermarkten. Hiervoor zal aandacht nodig zijn voor het behoud van een buurtfunctie. De Spar met allerlei extra voorzieningen en de nevenbewinkeling spelen goed in op de hogere inkomens in haar marktgebied. Cruciaal voor de ondernemers is het maximaal binden van de consument in het directe marktgebied.

2.11 Uitwerking gemengde zone Oude Dorp De Bilt

Het Oude Dorp is een gemengde zone met diensten, horeca, cultuur en ambacht en beperkte detailhandel; vijf winkels met totaal 465 m² wvo volgens het DPO 2016. Er bevindt zich de nodige creatieve bedrijvigheid en hogere segment horeca in dit historische deel van De Bilt. Er is echter ook leegstand en het parkeren is een groot probleem. Doel is om in dit gebied de detailhandel niet verder uit te breiden, die heeft meer levensvatbaarheid aan de nabij gelegen Hessenweg / Looydijk. Het kan echter wel een plek zijn voor meer bedrijvigheid en enige horeca, kunst-galerie, ambacht e.d., mede inspelend op de passanten en zakelijke doelgroepen

in de directe omgeving (KNMI, RIVM, Utrecht Science Park e.d.). De Driesprong vervult een belangrijke functie om een impuls te geven aan het gebied. Als de economie aantrekt zie je dit soort locaties vaak opleven maar komt ook weer onder druk te staan bij economische tegenwind. Van belang is om de initiatieven 'van onder af' te faciliteren mits aan de ruimtelijke voorwaarden wordt voldaan in het kader van het woon- en verblijfsklimaat. De uitdaging hierbij is om van buiten te laten zien wat er van binnen gebeurt, met name bij dienstverleningsbedrijven. Ondernemers mogen zichzelf (letterlijk) wat meer in de etalage zetten. Het is van belang dat leegstaande panden geen rotte appels worden. Het gebied moet niet in een neerwaartse spiraal terecht komen. Het is van belang scherp te zijn op het lot van sleutelpanden. Bij de acties kan aangesloten worden op de toekomstvisie 'Het Oude Dorp hart van De Bilt' die opgesteld is vanuit het gebied zelf.

2.12 Uitwerking verspreide detailhandel, PDV en horeca

De gemeente De Bilt heeft maar een beperkt verspreid aanbod aan detailhandel. Dat zijn totaal 40 winkels met een omvang van circa 14.000 m². Hieronder vallen de Koperwieklaan aan de rand van Bilthoven-centrum (tuinartikelen, doe-het-zelf en fietswinkel), Hoogvliet / Action aan de Leyenseweg, Aldi De Bilt, tuincentrum Ranzijn, de winkels aan de Dorpsweg Maartensdijk, een groene vakwinkel in Groenekan, aanbod aan het begin van de Hessenweg in De Bilt, een keukenzaak aan de Rembrandtlaan in Bilthoven, een dierenspecialzaak in Westbroek en enkele kleinere winkelvestigingen. Dat de gemeente weinig perifere detailhandelvestigingen (PDV) heeft blijkt ook uit de benchmarkanalyse van de hoofdbranches met de m² wvo per 1.000 inwoners, in bijlage 3 De Bilt scoort laag in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf en Wonen en gemiddeld bij Plant & Dier. Ook de horeca ligt enigszins verspreid over de gemeente, zie bijlage 2.3.2.

[De wens](#) is om reguliere detailhandel, en zo mogelijk ook horeca als sprake is van een vestigingswens, te verplaatsen naar een van de drie centrumgebieden, [daarbij vormt het behouden/versterken van het voorzieningenniveau in alle kernen binnen de gemeente wel een belangrijk afwegingskader. Hiertoe zal de gemeente dan ook maatwerk kunnen leveren.](#) Dat geldt niet voor de PDV-branches zoals doe-het-zelf, tuinartikelen en woninginrichting, alhoewel kleinere PDV-vestigingen ook voor verplaatsing in aanmerking komen, bijvoorbeeld naar een van de randzones van een centrumgebied. Op basis van de DPO-uitkomsten ligt er in deze verspreide detailhandel een opgave om enkele duizenden vierkante meters detailhandelscapaciteit uit de markt te nemen.

Op de Leyenseweg hebben zich enkele jaren geleden een huishoudelijke artikelenzaak (Action) en een supermarkt (Hoogvliet) gevestigd op een locatie waar voorheen een nieuwe bouwmarkt een plek had gekregen. Die vestigingen zijn op die locatie beleidsmatig niet gewenst vanwege de overlap met het verzorgingsgebied van de boodschappensteunpunten en het functioneren van Action als potentiële trekker van een centrumgebied. Dit soort functies horen thuis in de winkelgebieden. Met de afbouw van reguliere detailhandel naar een andere bestemming komt de brede detailhandelsbestemming te vervallen. Perifere detailhandel (PDV) is dan een te verkennen optie. De herpositionering van de locatie Leyenseweg heeft hoge prioriteit en is ingewikkeld vanwege de financiële en ruimtelijke aspecten. De supermarkt kan een grotere bijdrage leveren aan de detailhandelsstructuur als ze onderdeel uitmaakt van een winkelgebied.

Omdat de perifere detailhandel verspreid ligt over de gemeente kunnen randvoorwaarden als bereikbaarheid en parkeren niet altijd op orde zijn. Tevens kunnen ondernemers door het verspreide aanbod nauwelijks profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. Er wordt ook niet voldaan aan de behoeften van de consument naar gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden. Deze situatie is niet toekomstbestendig. Sluiting van verspreid gelegen winkels zou bij voorkeur gecombineerd moeten worden met transformatie naar andere functies. [Hierbij moet wel maatwerk geleverd kunnen worden in voorkomende gevallen.](#) Daarnaast moet verdere versnippering van aanbod op bedrijventerreinen of op zichtlocaties langs de verkeersassen worden voorkomen. In een gemeente als De Bilt is dat een aandachtspunt omdat ze in een stedelijk gebied ligt en retailers

daarbinnen op zoek zijn naar vestigingslocaties. In welke gemeente een dergelijke locatie dan ligt maakt een retailer niet zoveel uit, als de regionale bereikbaarheid maar goed is. In de gemeente De Bilt kan de komende jaren bepaald worden of een onderzoek gewenst is naar een concentratie voor deze doelgericht bezochte vormen van detailhandel. De herpositionering van de locatie Leyenseweg van Action / Hoogvliet kan hierin meegenomen worden. De detailhandelsnota fungeert hierbij als toetsingskader.

Bij dit toetsingskader is het uitgangspunt dat nieuwe (locaties voor) perifere of grootschalige detailhandelsvestigingen niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in de gemeente en dat verspreide detailhandel bij voorkeur geclusterd wordt op een locatie. Het voorkomen van leegstand en verpaupering in de reguliere winkelgebieden staat daarbij centraal. Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op de perifere locaties toegestaan als deze niet inpasbaar is in de bestaande centrumgebieden of de boodschappensteunpunten vanwege de volumineuze aard van de artikelen, brand- en explosiegevaar en de dagelijkse bevoorrading. De omvang van de artikelen is een ruimtelijk relevant criterium om te beoordelen of winkels zich buiten de reguliere winkelgebieden mogen vestigen. Hierbij gaat het in beginsel enkel om de oorspronkelijke PDV-branches (brand- en explosiegevaarlijke stoffen, auto's, boten, caravans, sanitair, keukens, bouwmarkten, tuincentra en meubels)¹. Een minimale maat van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak wordt gehanteerd, wat doorgaans gebruikelijk is bij nieuwe situaties. Dan is er daadwerkelijk sprake van volumineus aanbod in deze branches en blijft juist de kleinschaligheid behouden in de reguliere winkelgebieden. Ook binnen de traditionele PDV-branches zijn nieuwe en kleinere woninginrichtingszaken, die een deel van het assortiment via internet aanbieden, steeds beter inpasbaar in centrumgebieden.

Ditzelfde uitgangspunt wordt gehanteerd voor de horeca en leisure. Er wordt geen nieuwe horeca of leisure op de bedrijventerreinen of verspreid of solitair toegestaan: dat is voorbehouden aan de drie centrumgebieden in de gemeente, of de boodschappensteunpunten mits het verzorgingsgebied daarop aansluit. Erbuiten kan alleen gefaciliteerd [worden met voldoende onderbouwning en](#) als vormen van horeca en leisure vanwege hun functie ruimtelijk niet inpasbaar zijn in de bestaande detailhandelsgebieden en het de marktpositie van de drie centra niet schaadt. [Maatwerk is hierbij mogelijk.](#)

Om branchevervaging buiten de winkelgebieden te voorkomen, wordt een maximum percentage van het oppervlak voor nevenassortimenten anders dan de PDV-branches gehanteerd. Hierbij wordt uitgegaan van de volgende uitgangspunten:

- 10% van de oppervlakte, met een maximum van 100 m² wvo mogelijk te maken voor nevenassortiment;
- Ondergeschikte kleinschalige vestigingen in het buitengebied. In het kader van een vitaal platteland kunnen agrarische nevenactiviteiten en –verbreding mogelijk gemaakt worden voor landwinkels.

In principe ontstaat met voornoemde regeling [enige](#) garantie ter voorkoming van ongewenste branchering. Wanneer binnen een gemeente expliciet bepaalde assortimenten uitgesloten worden kan overwogen worden met assortimentslijsten te werken. De handhaafbaarheid dient daarbij aandacht te krijgen (werken met eenvoudige lijsten).

¹ Een wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan kan worden toegestaan mits het geen ontwrichting van de bestaande winkelstructuur betekent, het bezoekmotief afwijkt van het bezoekmotief van de binnenstad (recreatief winkelen of boodschappen doen), het qua maatvoering niet in de binnenstad inpasbaar is (meer dan 1.500 m² BVO) en het qua verkeersaantrekkende werking niet in de binnenstad inpasbaar is.

2.13 Overige relevante en actuele thema's

Kleinschalige consumentgerichte bedrijvigheid aan huis

In gemeentes als De Bilt komen regelmatig aanvragen voor kleinschalige bedrijvigheid aan huis (bijvoorbeeld een kapsalon). In de gemeente wordt het belangrijk geacht om het ondernemerschap te faciliteren en te stimuleren, waardoor op sommige locaties activiteiten plaatsvinden die feitelijk niet wenselijk zijn. De bestaande situatie kan niet worden teruggedraaid, maar in ieder geval moet verdere uitbreiding van detailhandelsactiviteiten, functies passend in het centrum en niet in een woonomgeving passende bedrijfsmatige activiteiten een halt worden toegevoerd. Verdere groei van dit soort activiteiten is niet in het belang van een sterke detailhandelsstructuur, de opgaven om de leegstand terug te dringen in de centrumgebieden van Bilthoven, de Bilt en Maartensdijk en gelijke kansen tussen de ondernemers.

Blurring

Blurring betekent vervagende grenzen. Grenzen tussen diensten, detailhandel en horeca, maar ook tussen gevestigde detailhandel en ambulante handel, tussen online en offline, en tussen foodretail en non-food retail. Dit is een interessante ontwikkeling als een vorm van innovatie aan de kant van de ondernemer die aan de gewijzigde wensen van consumenten tegemoet komt. Een andere term die voor blurring gebruikt wordt is mengvormen. Deze nota gebruikt het begrip blurring. Er zijn twee soorten blurring te onderscheiden, dat onderscheid komt vooral voort uit de ruimtelijke ordening.

- Niet-alcoholgerelateerde blurring

De kaasboer die schoenen verkoopt en de boekhandel die een schilderij verkoopt. Mits deze blurring plaatsvindt binnen een en dezelfde detailhandelsbestemming is dat toegestaan. De VNG pilot 'reguleren mengvormen winkel/horeca' heeft zich hier niet op gericht, er is bij deze vorm van blurring immers geen horeca (alcohol) betrokken.

- Alcoholgerelateerde blurring:

Het restaurant dat een schilderij verkoopt en de kaasboer die een glaasje prosecco schenkt, en de slijter die een proeverij organiseert (in zijn/haar eigen slijterspand). Deze blurring vindt plaats binnen twee verschillende bestemmingen. In voorgaande voorbeelden een detailhandelsbestemming en een horecabestemming. Onder 1 dak (óf horecabestemming óf detailhandelsbestemming) levert dat conflicten op. De verkoop mag niet plaatsvinden in dezelfde ruimte als waar alcohol wordt geschonken. De horecaondernemer dient een aparte ruimte in te richten voor de schilderijenverkoop of kan verwijzen naar een webshop. Andersom zal de kaasboer die zijn assortiment wil uitbreiden met alcoholische dranken ook een Drank- en Horecawetvergunning moeten hebben en daarop zijn winkel moeten aanpassen.

Conflicten ontstaan bij het inpassen van deze nieuwe vormen van detailhandel en horeca in het keurslijf van onze ruimtelijke ordening. Dit biedt vaak zo weinig ruimte, dat er regelmatig conflicten ontstaan. Grofweg kunnen we twee soorten conflicten onderscheiden. Allereerst gevallen van blurring die niet passen binnen de planologische regels en ten tweede gevallen van blurring die bewust worden gekozen om creatief gebruik te maken van de planologische regels.

- VNG pilot en Drank- en Horecawet:

Om detailhandel te stimuleren en vanwege het veranderde consumentengedrag wordt in de pilot van VNG onderzocht onder welke voorwaarden en voorschriften dergelijke mengvormen kunnen worden toegestaan, ook al staat de Drank- en Horecawet (DHW) dit niet toe. In de pilot 'reguleren mengvormen winkel/horeca' is een aantal gemeenten samen met VNG ondernemers tijdelijk toegestaan om een aantal mengvormen van winkel en horeca te voeren. In de pilots inventariseren en onderzoeken gemeenten in de praktijk welke mengvormen onder welke voorwaarden kunnen worden toegestaan. Hiermee willen gemeenten verkennen of regelgeving mogelijk is waarbij ondernemers meer ruimte krijgen voor mengvormen, terwijl de openbare

orde, veiligheid en volksgezondheid blijven geborgd. De pilot richt zich op een aantal verboden uit de Drank- en Horecawet (DHW):

- Verbod op schenken van alcohol in een winkel;
- Verbod op het organiseren van een proeverij van alcoholische drank;
- Verbod op verkoop van producten in een horeca-inrichting;
- Verbod op verkoop van alcohol in winkels

Het doel van de pilot is het leveren van input voor de aanstaande evaluatie van de Drank- en Horecawet. Wanneer deze evaluatie daadwerkelijk plaatsvindt in de tweede kamer en of er een nieuwe drank- en horecawet met verruimde mogelijkheden komt is op dit moment nog niet bekend.

Kringloopwinkels

Tot op heden bestaat er geen specifiek beleid voor kringloopwinkels in De Bilt. Er wordt in de vorige detailhandelsnota of in de startnotitie niets over gezegd. Een kringloopwinkel is deels reguliere detailhandel, zij het alleen in tweedehands goederen, deels PDV (volumineus), deels het uitoefenen van bedrijfsmatige activiteiten, zoals het inzamelen, sorteren en eventueel repareren van (in de regel door particulieren) aangevoerde, afgedankte goederen. Volgens jurisprudentie worden de activiteiten van kringloopwinkels als detailhandel beschouwd.

Ondanks het feit dat kringloopwinkels en dergelijke niet tot de traditionele PDV-branches horen, worden ze wel vaak op PDV-locaties toegestaan. Dit doordat ze:

- Minder goed passen in een regulier stadscentrum of wijkwinkelcentrum;
- Een magazijn- en werkplaatsfunctie hebben;
- Mede in samenhang met de sociale doelstelling lagere m² prijzen kunnen dragen.

Ook in de gemeente De Bilt zal de vestiging van kringloopwinkels vanwege deze redenen op PDV-locaties worden toegestaan, mits aangetoond is dat het qua maatvoering (meer dan 1.500 m² BVO) en verkeersaantrekkende werking niet in de winkelgebieden inpasbaar is. Verder geldt voor kringloopwinkels hetzelfde beleid als voor de PDV-branches.

Om overcapaciteit te voorkomen, is nader onderzoek naar de wenselijkheid van het stellen van een maximum aan het aantal kringloopwinkels noodzakelijk. Ook is het belangrijk om in het bestemmingsplan een eigen begripsbepaling op te nemen voor kringloopwinkels om te voorkomen dat, indien een kringloopwinkel op een bedrijventerrein beëindigd wordt, er zich eventueel reguliere detailhandel in het pand gaat vestigen. De bindende voorwaarde dient hierbij te zijn dat het uitsluitend gaat om de verkoop van gebruikte goederen.

Webwinkels

In toenemende mate vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats via internet. De vraag is in hoeverre de bestelling (virtueel), de betaling (virtueel), de aflevering (bij de consument) en het afhalen (door de consument) een detailhandelsactiviteit is. Voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen is de consument aantrekkende werking van belang. Een webwinkel behoort tot detailhandel als het fysiek toegankelijk is voor de consument: daaronder wordt ook verstaan een afhaalfunctie voor de consument.

Als de webwinkel fysiek niet toegankelijk is voor de consument is het een andere bestemming (bijv. bedrijf, kantoor of woning). In dit licht maken we voor de gemeente De Bilt onderscheid tussen vier vormen van internetverkoop²:

1. Winkels: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie *met een fysieke uitstalruimte* die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (al of niet in combinatie met opslag/logistiek). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd

² Hierbij sluiten wij grotendeels aan bij de brochure 'Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen, Kamer van Koophandel, maart 2013'

- als winkel en is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming. De gemeente De Bilt beschouwt een voor consumenten toegankelijke showroom (uitstalruimte), ook zonder bestelling, betaling of levering ter plaatse als winkel.
2. Bedrijfsruimte: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met opslag en/of logistiek. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten (ook geen showroom of kleedruimte).
 3. Kantoren: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten.
 4. Woningen/overig: internetverkoop vindt plaats met beperkte opslag en/of logistiek³ ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten en er is geen sprake van een bedrijfsactiviteit met ter plaatse werkzame personen. Zolang de internetverkoop ondergeschikt blijft aan de hoofdfunctie van een pand heeft deze vorm van internetverkoop planologisch geen substantiële effecten en zonder beperkingen worden toegestaan in panden met een woon- of andere bestemming.

Supermarktenbeleid

De supermarktbranche is landelijk heel dynamisch. Dat geldt niet alleen voor de omzet en vraagkant maar ook aan de aanbodzijde spelen er veel ontwikkelingen. De gemeente De Bilt zou in haar bestemmingsplannen moeten voorkomen dat er zich op alle locaties met een detailhandelsbestemming supermarktaanbod kan vestigen. Dat voorbehoud dat de gemeente kan formuleren geldt niet alleen voor nieuwe supermarktlocaties maar ook voor de uitbreiding van bestaande supermarkten. De gemeente wil beschikken over een evenwichtig verdeeld supermarktaanbod over de gemeente en een gevarieerd aanbod zodat de consument over voldoende keuze beschikt. Dat is ook in het belang van de concentratie met de food-speciaalzaken en de overige bewinkeling. Dat is zeker belangrijk in de middelgrote gemeenten als De Bilt omdat zij niet beschikken over een uitgebreide recreatieve winkelvoorzieningen in de niet-dagelijkse sector en de dagelijkse sector hierdoor als noodzakelijke drager fungeert.

In het belang van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur worden de huidige supermarkten die passen in de hoofdstructuur van detailhandelsvisie positief bestemd. Op de plankaarten dient bij supermarktlocaties een "S" te staan die met een eigen omschrijving wordt aangeduid. De grotere supermarkten zijn voorbehouden aan de centrumgebieden: een maximale omvang van 2.500 m² bvo voor een service-supermarkt (2.200 m² wvo) en 1.500 m² bvo voor een discounter (1.200 m² wvo). De supermarkten in de boodschappen-steunpunten mogen dan uitbreiden tot maximaal 1.500 m² wvo (1.800 m² bvo) voor een service-supermarkt en 1.000 m² wvo (1.200 m² bvo) voor discounters. Over vijf jaar dient de gemeente dit supermarktbeleid te evalueren wat betreft maximum-metrages. [Wanneer uitbreiding van een supermarkt noodzakelijk is om de ontwikkelingen in de markt te kunnen volgen is dit, mits goed onderbouwd en ingepast, mogelijk. Hiertoe zal maatwerk geleverd worden.](#)

Traffic-winkels

Op onderweg-locaties zie je steeds vaker detailhandel ontstaan zoals op treinstations en vliegvelden, bij tankstations, op werk- en onderwijscampussen, op een zorgboulevard e.d. Van belang voor de detailhandelsstructuur is om deze winkelfuncties beperkt van omvang te houden, en de openingstijden te relateren aan de hoofdfunctie. De winkels richten zich niet op andere doelgroepen dan die van de hoofdfunctie waarvoor ze bedoeld zijn. Voor de gemeente De Bilt geldt dit met name voor haar treinstation, en afstemming met de gemeente Utrecht is gewenst voor de voorzieningen op het Utrecht Science Park.

³ Nadere regels over beperkte opslag en/of logistiek kunnen in bestemmingsplannen worden opgenomen.

Openingstijden waaronder op zondag

Er is afgelopen jaren geïnvesteerd in het verbeteren van de detailhandelsstructuur in de gemeente De Bilt. Tegelijkertijd liggen er nog forse opgaven.

Een daarvan is het beter binden van de eigen bewoners, toeristen en overige bezoekers aan de eigen detailhandelsvoorzieningen. Hierbij speelt uiteraard ook een rol dat allerlei trends en ontwikkelingen, zoals internet, van invloed zijn op deze binding. Een andere belangrijke trend is dat de consument steeds mobieler is en indien het aanbod niet voldoet of niet voorhanden is een volgende plaats al snel wordt bezocht. In dit kader is het ook van belang te constateren dat steeds meer gemeenten (Utrecht, Zeist, Hilversum) rondom De Bilt extra ruimte bieden aan de zondagsopenstelling voor detailhandel en horeca. Volgens het koopstromenonderzoek 2016 wordt in De Bilt-centrum 3% van de dagelijkse omzet op zondag gescoord, en 2% van de mode & luxe omzet, in Bilthoven-centrum is dat 1% respectievelijk 2%. In 2015 was het landelijke marktaandeel 4% bij de supermarkten, en 6% in de kleding en schoenen (bron: GFK). Besluitvorming over de pilot koopzondagen in De Bilt heeft in mei 2017 in de gemeenteraad plaatsgevonden en dit heeft geresulteerd in een nieuwe winkeltijdenverordening die in juni 2017 is vastgesteld door de gemeenteraad van De Bilt. Deze winkeltijdenverordening maakt zondagsopening van 12:00-18:00 mogelijk, met uitzondering van Eerste Paasdag, Eerste Pinksterdag, Eerste Kerstdag en Nieuwjaarsdag. Tevens moeten de winkels in De Bilt op 4 mei (Dodenherdenking), Goede Vrijdag, op 24 december (Kerstavond) en 31 december (Oudjaarsavond) om 19:00 uur dicht zijn.

Ook de avondopenstelling is een aandachtspunt omdat je nu nog ziet dat sommige winkels in de gemeente om half zes sluiten, en sommige supermarkten om 18 uur. Dat beeld past steeds minder bij de moderne consument die na het werk nog een boodschap of een andere aankoop wil doen. Ondernemers kunnen daarover gezamenlijke afspraken maken.

Detailhandel op bedrijventerreinen en in landelijk gebied als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten (als industrie- en landbouwbedrijven en groothandels). Continuering hiervan, hetzij in beperkte mate, is wenselijk voor de vitaliteit en toekomstbestendigheid van (de bedrijven op) bedrijventerreinen of in landelijk gebied. De vraag is echter in hoeverre detailhandel ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit. Net als bij internetverkoop is de consument aantrekkende werking van belang. Daarvan is sprake als verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte). Ter bescherming van de bestaande detailhandelsstructuur in de gemeente en het voorkomen van leegstand en verpaupering is detailhandel op bedrijventerreinen en op locaties in landelijk gebied daarom alleen toegestaan wanneer voldaan wordt aan onderstaande drie criteria.

1. De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde goederen, niet tot de verkoop van producten van elders. Dit laatste is reguliere detailhandel;
2. De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot 20% van het bedrijfsoppervlak met een maximum van 100 m² vvo. Het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit.

De uitzondering voor het toestaan van detailhandel op bedrijventerreinen geldt ook voor de ABC-branches, dat zijn de auto-, boot- en camper-/ caravan-showrooms. Redenen zijn de volumineuze goederen en daarmee een groot oppervlak, een goede autobereikbaarheid en laad- en losmogelijkheden. Het gaat om doelgerichte aankopen.

In specifieke gevallen kan maatwerk geleverd worden. Dit maatwerk wordt ingevuld door het, indien gewenst, volgen van een ruimtelijke procedure waarin een bestemmingsplanwijziging wordt doorgevoerd. Daarbij is het van belang de effecten (zoals impact op de

detailhandelsstructuur, de ladder van duurzame verstedelijking, verkeer/parkeren, eventuele beperkingen voor nabijgelegen bedrijvigheid en woningen etc.) mee te wegen.

Ruimtelijke randvoorwaarden: openbare ruimte, bereikbaarheid en parkeren

Naast het bestemmingsplan heeft de gemeente ook flankerende beleidsmaatregelen ter beschikking om de detailhandelsnota te ondersteunen.

De gemeente is verantwoordelijk voor de openbare ruimte, de openbare orde en veiligheid en de handhaving ervan. Winkelgebieden horen schoon, heel en veilig te zijn, dat zijn belangrijke voorwaarden om goed te kunnen functioneren. Het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) is een middel om gezamenlijk maatregelen te treffen die de veiligheid en het veiligheidsgevoel ten goede komen. Dat geldt ook voor de inrichting van de openbare ruimte om het verblijfsklimaat te ondersteunen met voldoende groen, meubilair, aantrekkelijke wandelroutes e.d.

Tot het primaire takenpakket van de gemeente behoren de bereikbaarheid voor de auto en de expeditie, en voor het langzaam en openbaar vervoer. De auto vervult een belangrijke functie in het functioneren van winkelgebieden. Goede parkeervoorzieningen, een passend parkeerregime en een goed beloopbare afstand van de parkeerplaats naar de winkels zijn de aandachtspunten. Dat geldt ook voor het beperken van de verkeersoverlast, bijvoorbeeld in het belang van de omwonenden. Het gaat tenslotte om de ruimtelijke effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat, met de juiste functie op de juiste plaats en de relaties met de verblijfskwaliteit. Dat is bijvoorbeeld het geval in het Oude Dorp waar evenwicht behouden moet blijven tussen de functies en het woon- en leefklimaat.

Het verdient aanbeveling dat de gemeente samen met marktpartijen ook organisatorische en promotionele maatregelen neemt om het detailhandelsbeleid te ondersteunen. Daarbij kunnen instrumenten ingezet worden als een centrumfonds zoals nu gebeurt of een Bedrijven Investerings Zone, zodat een bijdrage wordt geleverd aan de branding en promotie van De Bilt. Elders blijkt dit doeltreffend te zijn, mede op basis van de vele besluiten van marktpartijen om hun BIZ-regeling na vijf jaar te verlengen.

2.14 Effecten op de regionale detailhandelsstructuur

De gemeente De Bilt legt haar prioriteiten bij de versterking van de bestaande detailhandelsstructuur inclusief de ondersteunende horeca. Het accent verschuift van uitbreiding naar het compacter maken en daarmee versterken van de centrumgebieden. Hiermee kan de leegstand worden aangepakt. Er is aandacht voor een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het kader van de leefbaarheid. Het aanbod perifere detailhandel (PDV) wordt geconsolideerd en op termijn desgewenst geconcentreerd op één locatie.

Omdat de gemeente De Bilt deze keuzes maakt zullen de effecten op de regionale detailhandelsstructuur beperkt zijn. Dat geldt dan met name voor de omliggende gemeenten als Utrecht, Zeist en Hilversum. De Bilt zet tenslotte in op de verzorging van de eigen inwoners en de overige bezoekers van de gemeente. Dat zijn met name de bestaande regiobezoekers, recreanten en toeristen, werkzame personen, reizigers e.d. Mocht zich een ontwikkeling voordoen met een regionale uitstraling, dan is de provinciale omgevingsvergunning van toepassing. Nieuwvestiging van volumineuze en grootschalige detailhandel zal met de provincie en de buurgemeenten worden afgestemd.

De gemeente De Bilt legt het primaat bij haar toekomstbestendige detailhandel- en horecastructuur en maakt daarbij gebruik van een eenduidig toetsingskader voor nieuwe initiatieven. Van belang is dat deze aanpak regionaal draagvlak heeft, in ieder geval bij haar omliggende gemeenten. Dit kan geborgd worden door het beleid en het instrumentarium van de provincie. Daarmee wordt voorkomen dat de gemeente geconfronteerd wordt met initiatieven buiten haar directe gemeentegrenzen die haar gewenste detailhandelsstructuur kunnen verzwakken.

2.15 Samengevat: beleidsuitgangspunten

Belangrijke beleidsuitgangspunten in de detailhandelsstructuurvisie zijn:

- Compacte kernwinkelgebieden en clustering van functies in de centra van Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk;
- Buiten kernwinkelgebieden en aanloopstraten wordt ingezet op de transformatie naar andere functies;
- In de kernen De Bilt, Bilthoven en Maartensdijk worden nieuwe ontwikkelingen in de dagelijkse sector buiten de centrumgebieden enkel gefaciliteerd wanneer dat op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld. Hiertoe kan maatwerk geleverd worden;
- In de kernen Hollandsche Rading, Groenekan en Westbroek worden nieuwe ontwikkelingen in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector gefaciliteerd wanneer dat op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld en het verzorgingsgebied van de betreffende kern niet onevenredig overstijgt.
- Boodschappenlocaties in de wijken en buurten zijn idealiter ondersteunend aan de centrumgebieden;
- Behoud bestaande PDV;
- Kringloopwinkels zijn inpasbaar in de winkelgebieden, maar mogen onder voorwaarden naar een PDV-locatie;
- Internetverkoop in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming;
- Detailhandel op bedrijventerreinen buiten PDV-locaties en in landelijk gebied is alleen toegestaan als ondergeschikte nevenactiviteit;
- Goede ruimtelijke ordening;
- Regionale afstemming van het detailhandels- en horecabeleid en inzet van instrumenten.

3 Van plan naar uitvoering: De Strategie

3.1 Inleiding

Er ligt een belangrijke opgave voor in de gemeente De Bilt. Om voor de langere termijn een duurzame en gezonde detailhandelsstructuur te borgen zijn fundamentele keuzes noodzakelijk. Binnen de structuur wordt het primaat gelegd bij het aantrekkelijk houden van de drie centrumgebieden, daarbuiten wordt een conserverende lijn aangehouden zodat deze gebieden binnen de bestaande kracht kunnen blijven functioneren. Het ligt in het verlengde van het Detailhandelsbeleid 2010-2020, de Startnotitie en het DPO. Uitkomsten kunnen soms confronterend zijn als er een overschot aan vierkante meters detailhandel blijkt: de optelsom van leegstand, de marktberoevingen én harde plancapaciteit die nog ingevuld kan worden. Deze cijfers moeten geen eigen leven gaan leiden waarachter men zich verschuilt. Het gaat tenslotte om de kwaliteit wat echt van waarde is. In de gemeente is al daadkracht getoond met de vernieuwingen die hebben plaatsgevonden in de centrumgebieden. Ook worden er resultaten behaald vanuit de samenwerking via de twee centrumfondsen en de ondernemersverenigingen. Maar het werk is nog lang niet af. Hierbij dient rekening gehouden te worden met een reëel ambitieniveau vanwege het veranderende toekomstperspectief in de detailhandelsmarkt. Het proces van de detailhandels- en horecanota maakt iets los, er ontstaat discussie, de meningen zullen verschillen maar sommige ondernemers handelen al naar de visie. Nu volgt de periode waarin de ondernemers, eigenaren en de overige partijen met een faciliterende gemeente samen moeten doorpakken voordat het te laat is.

Kernwoorden voor het beoogde voorzieningenniveau zijn compact, comfortabel en compleet. Compleet in de zin van:

- een goede spreiding van de boodschappenfuncties over de gemeente
- een recreatieve plus in Bilthoven-centrum;
- een basispakket non-food in De Bilt-centrum;
- Het aanbod PDV-detailhandel.

Hierin is rekening gehouden met de verzorgingsfunctie van Utrecht en Zeist voor de inwoners van de eigen gemeente. Beide steden kennen namelijk een ruimer aanbod in met name het recreatieve winkelen en verblijf en in de doelgerichte aankopen (woonboulevard, bouwmarkten e.d.). In de gemeente De Bilt zal worden ingezet op de behoeften van de huidige klanten, en het beter vasthouden van de lokale koopstromen, ook op het gebied van de horeca in de winkelgebieden. Dit tegen de achtergrond van het toenemend koopgedrag via internet. Een attractief, onderscheidend (couleur locale) comfortabel en compleet aanbod met eigen sfeer en beleving schept dan prima kansen. Hiermee ontstaat ook een mogelijkheid de recreant en toerist meer te lokken. Dit vereist een gezamenlijke strategie en werkwijze.

Maar hoe komen we van 'plan tot uitvoering'? Want helder is dat niemand zit te wachten op een visiedocument dat in de la belandt. Daarvoor zijn de belangen van ondernemers, vastgoedeigenaren, potentiële investeerders, lokale overheid en niet in de laatste plaats de consumenten te groot.

De uitvoeringsstrategie is gericht op het gedurende lange tijd faciliteren van kansrijke initiatieven die een aanvulling vormen op het bestaande aanbod en tegelijkertijd ontmoedigen van ongewenste ontwikkelingen. Draagvlak en samenwerking zijn bepalend voor het behalen van het gewenste eindresultaat.

3.2 Marktinitiatieven leidend

Het initiatief voor vernieuwing van de detailhandelsstructuur zal zoveel mogelijk uit moeten gaan van ondernemers, vastgoedeigenaren en andere (investerende) marktpartijen. Met de centrumfondsen in de beide centra van Bilthoven en De Bilt zijn belangrijke instrumenten (zie hoofdstuk uitvoeringsprogramma) voorhanden om collectieve marktinvesteringen te versnellen. De marktpartijen moeten als het ware worden verleid om te investeren, maar dan wel binnen de kaders van de – met deze marktpartijen - ontwikkelde detailhandels- en horecanota. Concrete kansen hiervoor dienen zich bijvoorbeeld aan in het centrumgebied van Bilthoven dat al jaren in transformatie is. Er is al het nodige verbeterd, maar er moet nog een aantal stappen gezet worden richting de afronding. Ook de compactheid, uitstraling-beleving en soms de courantheid van de panden aan de Hessenweg / Looydijk vragen om aandacht. Dat geldt ook voor een voldoende spreiding van boodschappen-steunpunten over de gemeente en het aanbod PDV-winkels. De horeca zal een belangrijke ondersteunende functie vervullen voor de centrumgebieden, met name in Bilthoven-centrum maar ook in De Bilt en Maartensdijk.

De gewenste detailhandels- en horecastructuur - en daarmee het voorzieningenniveau voor haar inwoners en de voorwaarden voor een gezond ondernemerschap in de onderscheiden winkelgebieden - wordt zodoende geborgd.

Evident is dat eigenaren en ondernemers risicodragend moeten investeren. En dan is het noodzakelijk om op straat- of deelgebiedniveau samen te (blijven) werken. Dus gezamenlijk nadenken over de gewenste ontwikkeling van je straat/gebied, met een heldere positionering in de hand die richting en inhoud geeft aan acquisitie, promotie & marketing, inrichting gebied etc. en vervolgens zo op een slimme manier nieuw ondernemerschap aan je straat/pand binden. De relatie tussen de Kwinkelier en de rest van Bilthoven-centrum is hiervan een voorbeeld. Er ligt een grote opgave om op basis van reële verwachtingen de Kwinkelier te vernieuwen en direct aan te laten sluiten op het overige deel van het centrumgebied. Dit zal gezamenlijk tussen de ondernemers en de eigenaren opgepakt moeten worden. En als de eerste stap gezet wordt zal goed nagedacht moeten worden over de fasering en wat er (tussentijds) mogelijk is om het centrum aantrekkelijk te houden. Er zijn diverse voorbeelden in het land waar zo'n samenwerking werkt. Cruciaal is dat via het middenstandsoverleg met daarbij aangeschoven enkele eigenaren (als kopgroep ofwel het middenstandsoverleg-plus) de ondernemers en eigenaren initiatieven gaan ontplooiën die goed op elkaar aansluiten, in samenwerking met de gemeente.

Naast de regisserende rol zoals uitgelegd in paragraaf 3.3, wordt ook een faciliterende rol gevraagd van de lokale overheid. Dit gaat verder dan het hoofdzakelijk vervullen van haar publiekrechtelijke en controlerende rol, bijvoorbeeld als opsteller en handhaver van bestemmingsplannen. Van een moderne overheid wordt een actief ondersteunende rol verwacht bij marktinitiatieven door de marktpartijen en die aansluiten op de detailhandels- en horecanota.

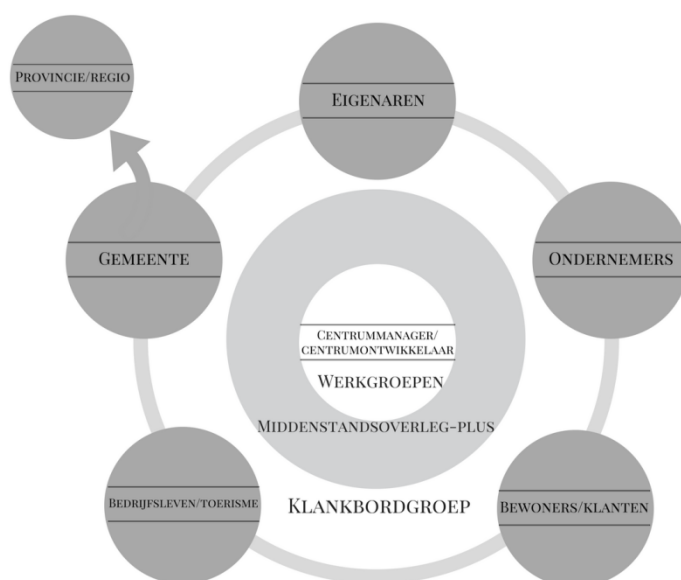
Een 'ja, mits' houding in plaats van 'nee, tenzij'. Juist die vastgoedeigenaar die zijn vastgoed wil transformeren naar een andere functie zal deze extra ondersteuning nodig hebben. Maar ook een overheid die mee organiseert, haar netwerk ten volle inzet, actief andere (hogere) overheden betreft bij de versterking van haar winkelgebieden. Dit is essentieel voor het slagen van de aanpak. Overheden zijn op zoek naar een nieuwe rol. Er zijn geen grote potten met extra geld meer beschikbaar. Maar soms zal ook een investerende rol van de overheid worden gevraagd. Om bijvoorbeeld het beoogde transformatieproces van straten op gang te brengen of de bronpunten van de winkelgebieden te versterken. Of om te stimuleren een noodzakelijke investering in de winkelpand te bewerkstelligen door eigenaren te verleiden op basis van een op kosten van de gemeente gemaakt schetsplan als ideaalimpressie. Volledig het initiatief overlaten aan de markt leidt, zo leert de ervaring, (te) vaak tot stilstand en een groeiende afstand tussen de publieke en private partijen. Participatie moet van twee kanten komen: de private én de publieke!

3.3 Oprecht samenwerken en het convenant

Zondermeer de belangrijkste randvoorwaarde is dat betrokken partijen 'echt' gaan samenwerken. Want juist de winkel- en centrumgebieden in ons land waarin ondernemers, vastgoedeigenaren, lokale overheid, inwoners, culturele sector etc. vernieuwend samenwerken doen het goed.

En ook dat is in de gemeente De Bilt mogelijk, maar dan zal de samenwerking in en tussen de verschillende groepen beter moeten, zo wordt opgemaakt uit de gesprekken met de SWOT-analyse (zie bijlage 3.2). Vertrekpunt is de bestaande samenwerking via de inzet van de centrumfondsen in De Bilt-centrum en Bilthoven-centrum. Vanuit die organisatie worden al verschillende activiteiten en investeringen gefinancierd. En er is het middenstandsoverleg waarin de gemeente afstemt met de gezamenlijke ondernemersverenigingen. Raadsavonden en workshops zijn goed om met elkaar het gesprek aan te gaan en informatie te delen met de diverse betrokkenen.

Voor de samenwerking tussen partijen gelden enkele uitgangspunten. Een belangrijke is dat de rolverdeling, wat partijen van elkaar kunnen verwachten, helder moet zijn. Een belangrijke opgave is om de vastgoedeigenaren in de centrumgebieden van De Bilt en Bilthoven beter te organiseren, in de overige gebieden is dat overzichtelijker. Zij moeten een belangrijke(re) rol spelen in de aanpak van de centra. Om daadwerkelijk grip te krijgen op functieverandering van enkele straten, de branchering en pandverbetering zullen zij moeten gaan samenwerken. Dat geldt ook voor de afstemming met grotere eigenaren zoals van De Kwinkelier. Dit kan beginnen door op straatniveau te starten, en informatie te delen en gebiedsontwikkelingen te inventariseren. Uiteindelijk kan dat resulteren in het oprichten van een Vereniging van Eigenaren of een andere samenwerkingsvorm. Deze stelt het gezamenlijke vastgoedbelang centraal ten behoeve van een goed voorzieningenniveau en een sterk economisch klimaat. Ondernemers en vastgoedeigenaren kunnen een rol vervullen als straatambassadeur in het verbinden van partijen in het gebied en het vervullen van een voorbeeldfunctie. In gebieden waar transformatie aan de hand is, geldt dit nog eens extra. Bij compactisering en concentratie zal daarvan sprake zijn in de randzones van de centrumgebieden. Specifieke aandacht is nodig bij mogelijke transformatielocaties zoals de Planetenbaan en de Leyenseweg.



Het voorgaande organisatieschema vormt een kader waarbinnen de totale samenwerking vormgegeven kan worden. Het schema is geen doel op zich. Ze sluit zoveel mogelijk aan op de bestaande overleggen en samenwerkingsverbanden in De Bilt. Enkele ondernemers(verenigingen) en eigenaren organiseren het gemeentebrede 'middenstandsoverleg-plus' die het belang van samenwerken inziet. Zij opereert vanuit het gezamenlijke belang om een toekomstbestendige detailhandelsstructuur op te bouwen. De personen in dit overleg moeten goed geïnformeerd zijn, over een helicopterview beschikken, en kunnen inzien dat het overall-belang prevaleert boven het individuele. Zij moeten zich in kunnen leven in andermans situatie, actief deel uitmaken van een goed (lokaal) netwerk, hoofd- en bijzaken kunnen onderscheiden, over een ondernemende houding beschikken en bij voorkeur enige proceservaring hebben.

Een klankbordgroep wordt direct afgeleid van bestaande klankbordgroepen in de gemeente. Flexibele en tijdelijke werkgroepen zoals een adviescommissie horeca ondersteunen het middenstandsoverleg-plus met hun expertise. Andere werkgroepen houden zich bezig met thema's als bereikbaarheid / parkeren, branchering, beleving e.d. Van belang is om verbindingen te blijven leggen, het sociale netwerk van de gemeente De Bilt in te zetten (lobby- en belangenclubs e.d.) en voor een persoonlijke benadering te kiezen. De timing is belangrijk, evenals een sprekende communicatie over de meerwaarde van samenwerking.

Om de samenwerking tussen ondernemers (al dan niet georganiseerd), de eigenaren en de gemeente te optimaliseren en het vertrouwen in elkaars aanpak te doen groeien, vormen de gezamenlijk op te stellen actieplannen voor de winkelgebieden een belangrijke stap. Via een actieplan onderschrijven alle betrokken partijen nut en noodzaak om proactief met de centra aan de slag te gaan. Afgesproken moet worden om de uitvoering gezamenlijk ter hand te nemen, het initiatief ligt veelal bij de marktpartijen. De intentie voor een gezamenlijk te ondertekenen en gemeentebreed convenant bekrachtigt de samenwerking tussen de ondernemers, de eigenaren en de gemeente waarbij het vertrouwen in elkaars aanpak groeit. De betrokken partijen onderschrijven de inhoud van de detailhandels- en horecanota. De rolverdeling, wat partijen van elkaar kunnen verwachten, moet vooraf helder zijn.

Indien acties (straks) een resultaat hebben gekregen moet dit ook vast worden gelegd. Vaak vergeet men successen te delen. Dat is jammer, juist door dit wel te doen wordt het draagvlak (steeds verder) vergroot. Actieplannen kunnen na verloop van tijd aangevuld, aangepast of aangescherpt worden. Dit vraagt om jaarlijks samen een check te doen.

In de op te stellen actieplannen wordt een onderscheid gemaakt in centrummanagement en -beheer zoals vanuit het convenant voor de huidige centrumfondsen, en in centrumontwikkeling. Beide taakvelden moeten aangestuurd worden, het centrummanagement met name vanuit de ondernemers en de centrumontwikkelaar meer vanuit de gemeente.

Centrummanagement is met name gericht op de commerciële samenwerking en prestaties zoals ondersteund door de reclamebelasting. Het Centrummanagement in de vorm van de centrummanager:

- zorgt voor de dagelijkse coördinatie;
- stimuleert de samenwerking;
- fungeert als bruggenbouwer tussen markt en overheid;
- regelt de communicatie, marketing en promotie;
- draagt zorg voor monitoring en bijhouden van de vakkennis;
- en gaat over het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO), schoon-heel, duurzaamheid-milieu, leefbaarheid, de BIZ en de ondernemersfondsen, parkeren en bereikbaarheid, gevelaanpak e.d.
- realiseert quick wins en communiceert hierover.

Een aan te stellen centrumontwikkelaar is gericht op:

- compactisering, branchering, kritische massa en mix;
- aanboren nieuwe klantgroepen, branding van het winkelgebied en gebiedsprofielen;
- transformatie en stedenbouwkundige inpassing;
- coördinatie en versnelling van de uitvoering van de voorliggende detailhandels- en horecanota;
- vertaling van het beleid naar operationele doelen;
- het aanjagen en het vervullen van een functie als de spreekwoordelijke 'spin in het web';
- de contacten met de sleutelfiguren uit het bedrijfsleven en bij de overheid zoals de provincie;
- het bewustzijn van de (nieuwe) opgave;
- kennis (of verzamelt die om zich heen) over de financiële en economische aspecten (haalbaarheid verplaatsing / transformatie), over bestemmingsplanwijzigingen etc.;
- coördinatie van het sluiten van overeenkomsten, het toetsen van plannen, het signaleren van de veranderende behoeften van de consument en zo meer.

Of de centrummanager en de centrumontwikkelaar twee personen moeten zijn of zijn te integreren in één functieprofiel als 'citymanager' wordt nader verkend in het vervolgproces. Dit wordt afgestemd met het middenstandsoverleg-plus. Er wordt zoveel mogelijk aangesloten op de bestaande overlegstructuren en de intensivering daarvan tussen winkeliers, horecaondernemers, eigenaren, bewoners, gemeente en het bedrijfsleven. De totale opgave is een gedeelde verantwoordelijkheid en wederkerigheid in het financieringsmodel voor deze centrummanager / -ontwikkelaar. met een heldere stip op de horizon en een strakke regie op de uitvoering. Partijen en ideeën worden aan elkaar verbonden, het motto is 'niet praten maar doen'. De rol van de gemeente is nader uitgewerkt in bijlage 1

3.4 Focus op structuurversterkende opgaven

Bij het realiseren van een detailhandels- en horecavisie is het goed om te beseffen dat keuzes moeten worden gemaakt. Indien er veel ballen in de lucht worden gehouden is de kans groot dat er een te groot aantal op de grond belandt. Hierdoor zal de aandacht en betrokkenheid van belanghebbenden verslappen. En juist deze betrokkenheid is een kritische succesfactor. De te ontwikkelen actieplannen voor de centrumgebieden in De Bilt, Bilthoven en Maartensdijk zullen een scala aan gedragen onderwerpen gaan omvatten, zoals compactisering, branchering, transformatie, marketing en parkeren. Voor ondersteunende winkelgebieden zoals Planetenbaan en de overige boodschappen-steunpunten moeten heldere afspraken worden gemaakt t.a.v. hun (beperkte) rol zoals die is gecategoriseerd. Dit rechtvaardigt om in dit uitvoeringsprogramma vooral de activiteiten centraal te stellen die een bijdrage leveren aan de totstandkoming van de beoogde detailhandelsstructuur. En dat is al lastig genoeg.

Er zal moeten worden geëxperimenteerd, nieuwe werkwijzen worden ontwikkeld en gebruik worden gemaakt van nieuwe instrumenten. Bijkomend voordeel hiervan is dat hierdoor ook eerder steun kan worden gekregen van (hogere) overheden.

3.5 Toetsingskader

Deze detailhandels- en horecavisie wordt na vaststelling het toetsingskader voor nieuwe initiatieven. De gemeente zal, indien zich een initiatief voordoet deze toetsen aan de uitgangspunten van de visie waarbij de kern ligt in het versterken van de detailhandel- en horecastructuur: de ruimtelijk afgebakende centrumgebieden van Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk, en het behoud van de boodschappen-steunpunten in de wijken. Buiten de winkelgebieden wordt in principe nieuwe winkelvestiging **enkel wanneer voldoende onderbouwd** toegestaan. Bestaande ondernemers die willen uitbreiden of verplaatsen binnen dan wel buiten de gewenste detailhandelsstructuur verdienen een helder toetsingskader.

T.a.v. het begrip 'ontwrichtende werking' en het stellen van kwaliteitseisen aan distributieplanologisch onderzoek (Ladder voor duurzame verstedelijking⁴) houdt deze toetsing het volgende in. De gemeente De Bilt kiest voor behoud en versterking van haar winkelgebieden.

Daarbuiten worden winkel- en winkelondersteunende horecaontwikkelingen in principe tegengegaan, ontmoedigd of uitgesloten. Bij distributieplanologisch onderzoek t.a.v. eventuele winkel- en horecaontwikkelingen buiten deze gebieden (bij al bestaande mogelijkheden) dient expliciet [aandacht te zijn voor de invloed \(ontwrichtende werking\) op de bestaande detailhandelsstructuur](#). Met name betreft dit het totale dagelijks assortiment, maar zeker ook essentiële onderdelen van het niet-dagelijkse assortiment (de winkels die behoren tot de hoofdbranchegroepen Mode & Luxe en Vrije Tijd), en voor de winkelondersteunende horeca. Nieuwe initiatieven die niet passen in het bestemmingsplan zullen voorzien moeten zijn van zo'n DPO ofwel een ruimtelijk-economische effectstudie. Economische motieven zijn echter niet leidend, ofwel de vraag of er eventueel omzetverlies optreedt bij bestaande ondernemers. In het kader van de Europese Dienstenrichtlijn is het niet toegestaan om ruimtelijk te ordenen op basis van economische motieven. Ze spelen wel een rol om geen overcapaciteit te creëren die mogelijk negatieve effecten heeft op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat. De ruimtelijke overwegingen zijn leidend, ofwel het mogelijke effect dat de inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare afstand van hun woning in hun eerste levensbehoeften kunnen voorzien. Ook van belang zijn de effecten op de detailhandelsstructuur waarbij rekening wordt gehouden met de ruimtelijke overwegingen als het woon- en leefklimaat en de leegstand. Juist daarom is het van belang dat eenduidig en gedragen beleid op basis van deze visie wordt geformuleerd, wordt uitgevoerd en consistent wordt gehandhaafd.

Mogelijke initiatieven zullen beoordeeld worden op de actuele (regionale) behoefte en de inpassingsmogelijkheden in het bestaande stedelijke gebied.

⁴ De ladder voor duurzame verstedelijking wordt per 1-7-2017 aangepast. Hieruit volgen minder onderzoekslasten voor locaties binnen het stedelijk gebied en meer opties voor eigen beleid. In mei 2017 zijn de nieuwe digitale handreiking en helpdesk beschikbaar.

4 Uitvoeringsprogramma

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is een aanzet gegeven voor een uitvoeringsprogramma dat opgepakt kan worden na de vaststelling van het detailhandels- en horecabeleid door de raad. Met de verschillende belanghebbenden zullen komende maanden de in dit programma opgenomen activiteiten nader moeten worden uitgewerkt. Dan zal ook blijken welke onderdelen financieel haalbaar zijn en welke planning er voor de komende vijf jaar aan de verschillende activiteiten kan worden verbonden. Evident is overigens dat gelet op de opgaven in de gemeente De Bilt én de in voorliggende nota opgenomen ambities onderstaand programma bij voorkeur zo volledig mogelijk en in samenhang wordt uitgevoerd. Het gebeurt samen met de betrokken marktpartijen, nu en door gezamenlijk op te trekken zoals de Startnotitie verwoordt. Instrumenten helpen de doelen te bereiken. In de praktijk is gebleken dat een breed scala nodig is om voor zoveel mogelijk verschillende situaties uitkomst te bieden. Er zijn allerlei verschillende typen ondernemerschap en allerlei soorten eigenaren. Hierbij is gebleken dat er een aanpak nodig is **om te verleiden**, maar ook **als stok achter de deur**. Het tegelijkertijd inzetten van verschillende instrumenten helpt daarbij. Flexibiliteit en creativiteit zijn nodig om de instrumenten ook goed inzetbaar te maken. Het gaat hierbij om het uiteindelijke doel. Een instrument is slechts een middel.

4.2 Toekomstige positie Kwinkelier en centrumplan

Om het perspectief te kunnen schetsen voor de detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt heeft het de hoogste prioriteit om duidelijkheid te krijgen over de toekomstpositie van de Kwinkelier. De eerste vervolgstap lijkt er nu te komen door het bebouwen van een deel van het grasveld. Dan zijn er nog steeds gesprekken noodzakelijk tussen de gemeente, de eigenaar / initiatiefnemer, de winkeliers en enkele huurders om af te stemmen over de vervolgfaserings. Dat geldt voor het opknappen van de bestaande panden en de mogelijke aanpassingen in het oorspronkelijke totaalplan. De verbouwingsfase zal op een positieve wijze gecommuniceerd moeten worden in de richting van de klanten. Voor het centrumplan zal de gemeente een voorzichtige ontwikkelingsstrategie nastreven.

4.3 Middenstandsoverleg-plus, locatieschouw en actieplannen

Hoe de instrumenten precies ontwikkeld moeten worden dient in samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedpartijen te worden ontworpen. Dat geldt ook voor de locaties waar welke instrumenten het beste van toepassing zijn. Het middenstandsoverleg-plus die op gemeentelijk niveau als kopgroep fungeert dient dit samen uit te werken. Zij moet bestaan uit personen die op een onafhankelijke wijze en met een helicopterview werken. Het is aan te bevelen als de personen bovendien over verschillende soorten kennis en ervaring beschikken. Zij moet ook bestaan uit vertegenwoordigers van alle drie de centrumgebieden en een vertegenwoordiger namens de boodschappen-steunpunten en of PDV. Maximaal 8-10 personen. Met daarbij ambtelijke ondersteuning en een bestuurder.

De aanpak moet effectief zijn en kunnen steunen op voldoende draagvlak. Daarom wordt per winkelgebied gestart met een locatieschouw. Daarbij worden een paar ondernemers en eigenaren extra uitgenodigd vanuit dat betreffende gebied. Door ongeveer twee uur gezamenlijk door het gebied te lopen en ervaringen met elkaar te delen, ontstaat een actielijst

en een denkrichting voor in te zetten instrumenten en methodieken. Het gaat vooral om maatwerk waarbij de aanpak doeltreffend moet gaan worden. In ieder geval moet er duidelijkheid gaan ontstaan over waar het centrumgebied begint en ophoudt, waar het kernwinkelgebied en de aanlooptdelen precies liggen, welke hoofdzaken er in ieder geval een aanpak vereisen (denk aan beeldbepalende panden, zichtlijnen, routing & trekkersbeeld, parkeeroplossingen etc.). De resultaten van elke locatieschouw worden na afloop vastgelegd in een document. De zo opgestelde documenten worden daarna voorzien van een actieprogramma en bijpassend instrumentarium. De documenten worden gedeeld met de achterbannen zodat iedereen weet wat er gebeurt, wanneer en door wie.

In de actieprogramma's kunnen de volgende indeling gehanteerd worden:

- Gebiedsprofielen en branding;
- Maximaliseren van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte en gevels;
- Ruimte voor ondernemerschap;
- Vastgoed;
- Bereikbaarheid en parkeren;
- Overig.

In het document is ook helderheid over de meerwaarde van de centrumfondsen, en wat de toegevoegde waarde kan zijn van centrummanagement in een of meer van de hoofdwinkelcentra.

In de onderstaande paragrafen zijn instrumenten benoemd die nadere uitwerking behoeven zodat maatwerk ontstaat. De aanpak wordt daarvan gedeeld met de achterban op een zodanige wijze dat eigen inbreng goed mogelijk is en dat aanpassingen/aanvullingen mogelijk zijn. Het draait hierbij om enerzijds zo veel mogelijk draagvlak en anderzijds een goed onderbouwde argumentatie waarom een bepaalde koers wordt ingezet. Het algemene belang gaat hierbij voor het individuele.

Deze werkwijze zou in drie maanden kunnen worden afgerond: voor te bereiden tijdens de inspraaktermijn en direct te starten na de vaststelling door de gemeenteraad. De kopgroep gaat dan op basis van prioritering aan de slag. Instrumenten moeten zo spoedig mogelijk worden georganiseerd (eventueel ook samen met de provincie of het Rijk), er zullen mogelijk afspraken over mandaten voor de uitvoering nodig zijn, en projecten moeten worden benoemd inclusief de bijpassende organisatievormen. Voor de deelnemers in de kopgroep dient het duidelijk te zijn dat een periode van 5 tot 10 jaar nodig is om de planvorming ook te concretiseren (dus over collegeperiodes heen). Soms zal het nodig zijn 'het goede moment af te wachten'.

Schematisch is in het vervolg van dit hoofdstuk een aantal actiepunten uitgewerkt:

4.4 Branding en brancheprofielen

Compacte winkelgebieden

Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Transformatie van voormalige winkelstraten en -centra naar aantrekkelijke en onderscheidende woon-, werk- en/of voorzieningenclusters in Bilthoven en De Bilt
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, ruimtelijk orderingsbeleid, volkshuisvestingsbeleid, verkeers- en vervoersbeleid
Omschrijving	<p>Het gaat met name om de buitenranden van Bilthoven-centrum en het winkelcentrum Hessenweg / Looydijk. Dat kan op termijn ook om de locatie Planetenbaan gaan, afhankelijk van de planvorming hoe in deze wijk een boodschappen steunpunt met aanvullende wijkfuncties gehandhaafd kan blijven. In de gemeente De Bilt worden de centrumgebieden compacter gemaakt en komen locaties in aanmerking voor transformatie. Hier zijn detailhandels- en ondersteunende horecafuncties niet meer gewenst.</p> <p>Gebiedsprofielen zijn een onmisbare volgende schakel in een succesvolle aanpak, vooral als deze profielen worden ontwikkeld in samenspraak met de in de straat of deelgebied gevestigde ondernemers en vastgoedeigenaren. Deze profielen geven het specifieke karakter weer van straten, en zijn een uitwerking van het onderscheidende profiel van het betreffende winkelgebied binnen de gemeentelijke detailhandelsstructuur. Het DNA en de identiteit van het winkelgebied middels de 'branding' vormt de basis. Op basis van de karakteristiek van een straat of deelgebied (stedenbouwkundige kwaliteiten, bereikbaarheidsprofiel, ligging in routing) kan het bijpassende functieprofiel worden opgesteld. Zo ontstaan verschillende deelmilieus met elk hun eigen doelgroepen (hierbij is het raadzaam om te bepalen voor welke leefstijlen een gebied aantrekkelijk is en hoe de doelgroep het beste kan worden bereikt), bezoekmotieven en uitstraling, en wordt het centrum als geheel weer aantrekkelijker voor de consument. Branding moet van onderweg worden opgebouwd om het blijvend duurzaam te verankeren (gebaseerd op trots).</p>
Trekker	De aan te stellen Centrumontwikkelaar in overleg met de kopgroep detailhandel gemeente De Bilt ⁵
Partners	Vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente
Werkingsgebied	Centra
Relatie	Nader af te stemmen met de marktpartijen
Actieplannen	

⁵ Beide een rol als aanjager / 'spin in het web'.

4.5 Transformatiefondsen

(inclusief stimuleringsregeling voor gevels / panden en ondernemerschap)

Compacte winkelgebieden

Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Compacte en vitale centrumgebieden in Bilthoven, de Bilt en Maartensdijk
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, ruimtelijk orderingsbeleid, volkshuisvestingsbeleid
Omschrijving	<p>Voor het kernwinkelgebied van de centra van Bilthoven en De Bilt ligt de opgave voor om ze compacter te maken. Dit proces zal naar verwachting vijf tot tien jaar in beslag gaan nemen. Om het economisch functioneren van (en de leefbaarheid in) het centrum te versterken, moeten delen van het centrum transformeren en zullen ondernemers daarom moeten verplaatsen. Van een compacter centrum profiteren de ondernemers (betere omzet) en de vastgoedeigenaren (verbetering huurinkomsten). Zo'n transformatieproces komt niet als vanzelf op gang, dit kost tijd en geld. Transformatie lukt alleen als de betreffende gebiedsdelen echt serieus worden meegenomen in de aanpak. Alle betrokkenen dienen een steentje bij te dragen. Startpunt is om gezamenlijk de visie te ontwikkelen en het kernwinkelgebied goed beargumenteerd af te bakenen. Daarna wordt het gesprek aangegaan met de ondernemers en vastgoedeigenaren van panden die van functie moeten veranderen. Alleen zo wordt duidelijk of en zo ja onder welke condities men wil meewerken aan de beoogde transformatie van winkels naar andere functies. En of men een winkel wil verplaatsen naar het kernwinkelgebied.</p> <p>Wij stellen voor om per transformatiegebied de financiële haalbaarheid te onderzoeken. Stimuleringsfondsen worden ingezet om de (financiële) drempels voor vastgoedeigenaren in de aanloopgebieden weg te nemen zodat zij hun vastgoed of beter geschikt maken voor nieuwe functies of het vastgoed transformeren. Dit kunnen woningen worden maar zeker ook locaties voor startende of te verplaatsen ondernemers in de ambachtelijke en/of dienstverlenende sfeer. Ook creatieve functies komen hiervoor in aanmerking. De bedrijfs- en woonfunctie kan worden gecombineerd, wat vaak in deze situatie wenselijk is. Op deze wijze wordt de winkelfunctie compacter en tegelijkertijd de centrumfunctie breder. De stimulering bestaat uit een transformatiefonds om dit alles te bewerkstelligen. Voorwaarden: cofinanciering, onttrekken winkel- en horecabestemming (in de aanloopgebieden).</p> <p>Daarnaast kan stimulering bestaan uit een een fonds dat gebruikt wordt voor het versterken van ondernemerschap door ondernemers te werven of te acquireren: bidbook, ondernemersbeurzen om vraag en aanbod (ook wijkeconomie) met elkaar in contact te laten komen, informatievoorziening over beschikbare panden in de vorm van een pandenbank e.d.). Ondernemers worden begeleid bij verplaatsing. Eventueel al bestaande regelingen moeten hierbij worden betrokken.</p> <p>Stimulering is ook mogelijk in de kernwinkelgebieden om panden geschikter of aantrekkelijker te maken voor de (nieuwe) ondernemers. Dit kan in de vorm van een regeling gebeuren om al dan niet gezamenlijk een luifel aan te</p>

brenge n of om de buitenkant van het pand/de panden een moderner aanzicht te geven of om intern een aantal bouwtechnische ingrepen te doen, of om zelf panden samen te voegen of te splitsen (stedelijke herverkaveling).

Het fonds kan worden gevoed door verschillende financieringsbronnen, privaat (eventueel via een BIZ en/of door het uitbouwen van het huidige centrumfonds via de reclamebelasting) en publiek (gemeente De Bilt). Het fonds is voor en door alle betrokken partijen. De haalbaarheid en wenselijkheid van de betrokkenheid van diverse partijen moet blijken uit een gezamenlijk onderzoek, inclusief de evaluatie van de meerwaarde van de huidige centrumfondsen en of die genoeg opleveren afhankelijk van de bijdrage. Evident is dat het gelet op de transformatieopgaven gaat om substantiële bedragen. Gezien de omvang van de opgave en het onderscheidende karakter van de aanpak, ligt het voor de hand om te verkennen op welke wijze ook de provincie en mogelijk ook de Rijksoverheid een bijdrage kan leveren. Daarbij kan het gaan om een bijdrage in het fonds, maar ook om een bijdrage gericht op specifieke projecten of (sleutel)locaties. De retaildeal met het ministerie is daarbij het vertrekpunt. In dit kader is het interessant dat in de provincie Utrecht de aanpak van leegstaand vastgoed hoge prioriteit heeft zoals in de kantorenmarkt. Wat betreft de gemeentelijke bijdrage in dit fonds moet nader onderzocht worden welke middelen hiervoor vrij gemaakt kunnen worden. De overheid financiert bijvoorbeeld een bedrag om eigenaren over de streep te trekken, en alleen in die gebieden waar het echt nodig is in het belang van de gewenste detailhandelsstructuur in de toekomst. Essentieel hierin is het gezamenlijke onderzoek dat eerst gestart wordt waarin de bijdrage vanuit alle betrokken partijen in de stimuleringsfondsen wordt verkend.

Het stimulerings- en transformatieproces wordt per locatie aangestuurd door een transformatieteam bestaande uit vertegenwoordigers van gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Een centrumontwikkelaar vormt de spin in het web van activiteiten. De detailhandels-horecanota is de leidraad voor de werkzaamheden en geeft de ruimtelijke kaders (afbakening kernwinkelgebied en de aanloopstraten). Bij de uitwerking van het transformatiefonds is het raadzaam om de provinciale Ruimtelijke Structuurvisie en de Provinciale Ruimtelijke Verordening te betrekken.

Trekker	Centrumontwikkelaar en de kopgroep detailhandel gemeente De Bilt
Partners	Vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente, provinciale Herstructureringsmaatschappij
Werkingsgebied	Centra Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk, bij eventuele functieverandering van buurtwinkelcentrum Planetenbaan
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. compactiseringsopgave

4.6 Actief wegbestemmen

Compacte winkelgebieden	
Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Transformatie van voormalige winkelstraten en -locaties naar aantrekkelijke woon-, werk- en/of voorzieningencusters in de gemeente De Bilt. Schrappen van niet gebruikte plancapaciteiten in harde plannen.
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, volkshuisvestingsbeleid, verkeers- en vervoersbeleid
Omschrijving	<p>Binnen de detailhandelsstructuur ligt het primaat bij de drie centrumgebieden, met verspreid over de gemeente enkele boodschappen-steunpunten. Het streven om het kernwinkelgebied compacter te maken, vormt het nieuwe beleid en basis voor nieuwe bestemmingsplannen (en straks het omgevingsplan vanuit de nieuwe Omgevingswet vanaf naar verwachting 2019) voor de centrumgebieden in Bilthoven en De Bilt. Ook de verspreide bewinkeling met reguliere detailhandel (met uitzondering van volumineus) wordt terug gedrongen. Vertaald naar het bestemmingsplan betekent dit dat het gebied met een centrumbestemming (het kernwinkelgebied) kleiner wordt en het gebied met een gemengde bestemming (de aanloopgebieden) groter wordt.</p> <p>Binnen de centrumbestemming voeren de functies detailhandel, dienstverlening en horeca de hoofdmoot. Binnen de gemengde bestemming ligt minder de nadruk op detailhandel (wordt deze uitgesloten), maar zal de bestemming juist worden verruimd met meer mogelijkheden voor bijvoorbeeld maatschappelijke en culturele functies, wonen, ambacht/lichte bedrijvigheid en leisure. Hiermee wordt getracht de gewenste transformatie op gang te helpen. Dat geldt ook voor de verspreide reguliere detailhandel in de gemeente.</p> <p>Voorop staat dat er geen bestaande winkels worden 'wegbestemd'. Wel zal onderzocht moeten worden of het mogelijk is om nieuwe winkels in de aanloopstraten en verspreid te voorkomen door de bestemming eraf te halen en/of uitbreidingsopties te verwijderen, en kan worden gewerkt met een uitsterfconstructie (als een winkel gaat verplaatsen of wordt beëindigd). Wegbestemmen en uitsterfconstructies kunnen het best verlopen door eigenaren en initiatiefnemers van nieuwe plannen een overgangperiode van bijvoorbeeld twee jaar te bieden waarbij zij moeten aantonen dat de winkelfunctie haalbaar is. Er moet dan (toch) wel rekening worden gehouden met mogelijke planschade. Dit wordt bekeken van geval tot geval en is mede afhankelijk van de beschikbare financiële middelen.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemers (centrumfonds), vastgoedeigenaren
Werkingsgebied	Centra van Bilthoven en De Bilt, Leyenseweg, en de verspreide bewinkeling niet zijnde de boodschappen-steunpunten in de toekomstige detailhandelsstructuur
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. compactiseringsopgave

4.7 Leegstandsverordening

Leegstandsverordening	
Doel	Tegengaan van ongewenste leegstand
Resultaat	Toekomstbestendige detailhandelsstructuur gemeente De Bilt
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Detailhandelsbeleid
Omschrijving	<p>Op basis van de Wet Kraken en leegstand kan een gemeente een leegstandsverordening instellen. Bij de aanpak van leegstand heeft de gemeente dan meer de regie. Op basis van de leegstandsverordening krijgen gemeenten meer zicht op de leegstand van niet-woonruimte, zoals kantoren, bedrijfsruimte en winkels. Hiertoe wordt een leegstandslijst bijgehouden met inzicht in de leegstandstermijn. De eigenaar wordt verplicht de leegstand te melden na een termijn van een half jaar. Onder regie van de gemeente wordt er (verplicht) leegstandsoverleg gevoerd. De gemeente kan een leegstandsbeschikking vaststellen als het gebouw geschikt voor gebruik wordt verklaard. De gemeente kan de eigenaar vragen om investeringen die binnen het redelijke noodzakelijk zijn om een gebouw in overeenstemming met de bestemming te kunnen gebruiken.</p> <p>Na een jaar kan de gemeente een gebruiker voordragen indien het gebouw in de beschikking als geschikt voor dat gebruik is aangewezen. De eigenaar is verplicht deze gebruiker binnen een bepaalde periode een overeenkomst aan te bieden tot ingebruikname van het gebouw. Een voorwaarde is dat er dan wel een gebruiker moet zijn, te ondersteunen door de instrumenten Acquisitie en Startersondersteuning.</p> <p>Het college wijst een of meer personen aan die belast worden met het toezicht en de naleving van de verordening. De gemeente kan een bestuurlijke boete opleggen als een eigenaar niet voldoet aan de voorwaarden van de leegstandsverordening. Hiertoe wordt een rapport opgesteld. De overtreder wordt in de gelegenheid gesteld zijn zienswijze te geven.</p> <p>De leegstandsverordening is een stok achter de deur indien een eigenaar niet bereid is tot maatregelen om de leegstand op te heffen. Het grote voordeel is dat in het voortraject een constructief gesprek gestimuleerd wordt tussen de eigenaar van het leegstaande pand en de gemeente. Gemeenten zonder leegstandsverordening geven de voorkeur aan het samen optrekken met ondernemers en eigenaren van vastgoed in plaats van een verordening waar meer dwang vanuit gaat.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Vastgoedeigenaren
Werkingsgebied	Gemeente De Bilt. Dat kan ook een deel van de gemeente zijn zoals de drie centrumgebieden. Momenteel is met name in Bilthoven-centrum de meeste leegstand aanwezig. De gemeente kan categorieën gebouwen en gebieden aanwijzen waarmee de reikwijdte van de verordening kan worden afgestemd op de lokale behoefte. Elders in de gemeente kan dan sprake zijn van een vrijwillige leegstandsmelding.
Relatie actieplannen	Onderdeel van de versterking van de belangrijkste winkellocaties in de detailhandelsstructuur

4.8 Nieuw voor oud: saldobenadering

Nieuw voor oud: saldobenadering

Doel Nieuwe detailhandelsmeters in combinatie met afbouw bestaande meters

Resultaat Stoppen van de groei van de capaciteit bij nieuwbouw

Urgentie Gemiddeld

Raakvlakken beleid Detailhandelsbeleid

Omschrijving De gedachte achter de regeling 'Nieuw voor oud' is afkomstig van de provinciale aanpak van de kantoren- en bedrijfsruimtemarkt. Ook voor de detailhandel wordt deze regeling op provinciaal niveau uitgewerkt. Het betreft een eventuele verhouding bij een winkelverplaatsing van één op één, of een andersoortige (dus bijvoorbeeld één m² wvo nieuw voor twee m² wvo oud). Als er sprake zou zijn van een andere verhouding dan één op één dan is het de vraag om welke reden dit zou moeten gebeuren. Een reden kan zijn dat de metrage terug moet. Mogelijk wordt aan een bestaande m² wvo minder waarde gehecht dan aan een nieuwe m² wvo⁶. Meer voor de hand ligt om de afspraak te maken dat bij verplaatsing van de oude naar de nieuwe locatie te regelen dat de detailhandelsbestemming (al dan niet specifiek) op de oude locatie vervalt (ongeacht de precieze metrage). Het inderdaad op deze wijze handelen en daaraan vasthouden betekent voor alle partijen ook de gemeente, een koerswijziging. Deze is al lastig genoeg, zeker als het een situatie betreft waarbij de ondernemer niet de eigenaar is van het bestaande vastgoed (private en publieke regelgeving lopen door elkaar en dienen heel goed organisatorisch en financieel op elkaar te worden afgestemd). Waarschijnlijk is een grotere slag te maken t.a.v. het doen verminderen van (planologische beschikbare) oppervlak aan detailhandel door zoals bij de instrumenten 'actief wegbestemmen' en bij 'herijken en handhaven van bestemmingsplannen' is aangegeven. Zo worden niet gebruikte metrages uit de markt genomen, getransformeerd en gedoogsituaties aangepakt. Dit dient bij voorkeur meteen te worden opgestart. Meestal is een moment van investeren het juiste moment om met elkaar de mogelijkheden te bespreken. Een andere mogelijkheid ontstaat bij bedrijfsbeëindiging. Het helpt als er in beide situaties nieuwe kansen ontstaan voor gebruik van de te verlaten locatie voor een andere functie. De gemeente dient hierbij een faciliterende rol te spelen.

Trekker Vastgoedeigenaren en ondernemers moeten gaan handelen naar deze regeling.

Partners Gemeente

Werkingsgebied Gemeente De Bilt

Relatie actieplannen Aanvullend instrument om de leegstand en de capaciteiten te beperken

⁶ Beide uitgangspunten zijn in de praktijk lastig te hanteren. Immers een ondernemer neemt een initiatief, meestal - maar niet altijd - gebeurt dit vanwege een schaa sprong. Een andere reden kan zijn dat het bestaande pand verouderd is en/of dat de randvoorwaarden om te functioneren niet meer voldoen. Maar in het algemeen zal een verplaatsing met zich meebrengen dat het bedrijfsoppervlak (iets) vergroot. Daarmee staat de betreffende ondernemer voor een lastige situatie indien een regeling zou moeten worden toegepast die uitgaat van per saldo meer metrage winkelbestemming eraf. Als deze ondernemer zelf eigenaar is kan hij e.e.a. privaats en publiek regelen met de gemeente, als hij geen eigenaar is dient hij deze mee te krijgen. Maar dat is dan niet voldoende. Hij moet in deze situatie ook andere metrages uit de markt nemen. Dat is in veel gevallen een onmogelijke opgave. Slechts grote partijen zouden een dergelijke ontwikkeling financieel rond kunnen krijgen. Maar ook dat valt te bezien omdat medewerking nodig is van andere vastgoedeigenaren. Het niet van de grond komen van noodzakelijke initiatieven om het winkelklimaat op orde te houden, dreigt (onnodig). Dat heeft dan weer consequenties voor het functioneren van centra en de leefbaarheid van wijken. Dat is ook door de regio aan de provincie kenbaar gemaakt.

4.9 Herijken en handhaven van bestemmingsplannen

Herijken en handhaven van bestemmingsplannen (naar verwachting vanaf 2019 het omgevingsplan)

Doel	Beperken extra detailhandel buiten centra Schrappen onbenutte plancapaciteit buiten centrumgebieden Voorkomen ongewenste ontwikkelingen
Resultaat	Toekomstbestendige detailhandelsstructuur gemeente De Bilt
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Detailhandelsbeleid
Omschrijving	<p>De detailhandels- en horecanota zet volop in op behoud en versterking van de huidige winkel- en centrumgebieden in de gemeente De Bilt. De huidige leegstandcijfers en het functioneren (DPO) rechtvaardigen een stringenter beleid inzake nieuwe detailhandelsvestigingen. In dit kader is de eerste stap dat de (beleids)uitgangspunten van deze detailhandels- en horecanota naast de geldende bestemmingsplannen worden gelegd en wordt bekeken waar wijzigingen/aanpassingen nodig zijn. Daarnaast worden alle bestemmingsplannen gecheckt op de nog onbenutte mogelijkheden om winkelvloeroppervlak toe te voegen en indien mogelijk deze mogelijkheden te beperken. Uiteraard moet hierbij vooraf goed de financiële risico's (bv. planschade) van de gemeente in beeld worden gebracht. Om eigenaren te helpen met deze planologische wijziging dient maatwerk te worden geleverd. In het algemeen zal het gaan om wijziging van de bestemming opdat het vastgoed zijn waarde behoudt.</p> <p>Tevens is het uitgangspunt om zeer terughoudend om te gaan met toekomstige bestemmingsplanwijzigingen t.b.v. nieuwe winkelontwikkelingen. Overigens is hierbij altijd als extra 'veiligheidsklep' de Ladder van duurzame verstedelijking van toepassing, waarvan de onderzoekslasten vanaf juli 2017 zullen verminderen voor locaties binnen het stedelijk gebied.</p> <p>Daarnaast geldt dat handhaven van bestemmingsplannen bijdraagt aan de totstandkoming van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur én draagvlak voor de beoogde aanpak van vooral de centrumgebieden in Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk. Dit betekent bv. handhaving van niet toegestane verkoopactiviteiten vanuit woonhuis of garage, op bedrijventerreinen, in het buitengebied. De gemeente moet hiertoe voldoende handhavingscapaciteit beschikbaar stellen.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemers en vastgoedeigenaren bestaande winkelgebieden
Werkingsgebied	Gemeente De Bilt
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. leegstands aanpak

4.10 Locatieontwikkeling

Aantrekkelijke(re) centrumgebieden

Doel	Creëren van een toekomstbestendige centra in Bilthoven, de Bilt en Maartensdijk
Resultaat	Door locatieontwikkeling bijdragen aan aantrekkelijkere centrumgebieden
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Ruimtelijk beleid
Omschrijving	<p>In het centrum van Bilthoven zijn meerdere knelpunten die alleen verholpen kunnen worden door fysieke ingrepen.</p> <p>Het Vinkenplein zal worden getransformeerd naar een verblijfsplein, Hier kan zich een horecacluster ontwikkelen en is er aandacht nodig voor de circuitvorming met de achtergelegen Kwinkelier waar de gemeente afhankelijk is van particulier initiatief om dit gedateerde winkelcentrum te herontwikkelen. Hier lijkt eindelijk zicht op een doorbraak in de eerste vervolgstap.</p> <p>Voor De Bilt geldt dat maatwerk nodig is om winkelpanden en de puien te vernieuwen langs met name de Hessenweg (zie ook instrument stimuleringsregeling). De functionele invulling en inrichting van het verblijfsgebied worden nader uitgewerkt met ondernemers en vastgoedeigenaren. Het gaat hierbij primair om de lange termijn. Ad-hoc oplossingen moeten worden voorkomen. Door goede informatieverstrekking over branchering, selectering en checken op ondernemersplannen wordt voorkomen dat initiatieven toch (na een tijdje) mislukken of niet bijdragen aan een gezond winkelklimaat. Ook de verbinding van de Molenkamp met het winkelgebied biedt kansen om kwaliteitsverbetering te realiseren.</p>
Trekker	De aan te trekken Centrumontwikkelaar en de op te richten kopgroep
Partners	Vastgoedeigenaren, gemeente
Werkingsgebied	Centra Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk
Relatie actieplannen	Aanvullend instrument t.b.v. creëren toekomstbestendige centra

4.11 Acquisitie

Nieuw ondernemerschap



Doel Leegstaande panden in centra van Bilthoven en De Bilt zoveel mogelijk vullen met ondernemingen die het profiel van een straat/centrum versterken. Hierdoor wordt een straat/centrum aantrekkelijker voor consumenten

Resultaat Circa vijf nieuwe ondernemingen die passen in het nieuwe profiel per jaar

Urgentie Hoog

Raakvlakken beleid Detailhandels- en horecabeleid

Omschrijving De gemeente De Bilt wil samen met de ondernemers en de eigenaren de leegstand actief gaan terugbrengen. Zij wisselen onder leiding van een te formeren kopgroep en een centrumontwikkelaar ideeën uit voor een creatieve en stimulerende aanpak van de leegstand.

De leegstands aanpak krijgt voor de komende twee jaar hoge prioriteit. Nu wordt de aanpak van de leegstand vaak overgelaten aan de markt en aan een makelaar die door de eigenaar wordt ingeschakeld. Dat blijkt niet effectief genoeg. Met name in het centrumgebied van Bilthoven is momenteel te veel leegstand. Het zou een mooi resultaat

zijn als komende jaren drie tot vijf panden jaarlijks ingevuld worden volgens de nieuwe werkwijze op basis van de visie en het actieplan. Dan worden op korte termijn resultaten behaald, belangrijk voor het draagvlak. Wij moeten ons hierbij realiseren dat er geen aanbodmarkt meer is maar een vraagmarkt. Dit vereist dus van de betreffende eigenaren creativiteit en inlevingsvermogen t.a.v. het opstellen van huurcontracten, ingroeiscenario's, tijdelijke situaties, en verbouwmogelijkheden.

Trekker Vastgoedeigenaren, ondernemers

Partners Bedrijfsmakelaars, gemeente (bedrijfscontactfunctionaris)

Werkingsgebied Centra Bilthoven en De Bilt

Relatie actieplannen Dit instrument vormt een belangrijk onderdeel van de detailhandelsstructuurvisie.



- Niet via gepleveide weg ofwel makelaar, formule maar anders
- Actieve houding eigenaren: pandenbank, flexibel huurcontract, gerichte acquisitie MKB, transformatiefonds
- Verplaatsingsopties: Doorgroei binnen centrum, verspreide bewinkeling, wijkeconomie



4.12 Bedrijfs/Startersondersteuning, wijkeconomie

Nieuw ondernemerschap

Doel	Stimuleren kwaliteit startende ondernemers en daarmee de aantrekkelijkheid van de Biltse centrumgebieden
Resultaat	Meer ruimte voor startende ondernemers
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Economisch beleid
Omschrijving	<p>Voor dit actiepunt kan worden aangesloten bij het Accountmanagement voor bedrijven:</p> <p>Adviesgesprekken voor startende ondernemers bij opstarten horeca of winkel. Rekening houden met mogelijke belemmeringen in de financiering en het opstellen van een ondernemingsplan.</p> <p>StartjewinkelinDeBilt.nl als voorbeeld: 'wedstrijd' waarbij startende ondernemers met een goed businessplan dat een aanvulling is op het bestaande aanbod een winkel 'winnen' in het kernwinkelgebied van Bilthoven of de Bilt. Bijvoorbeeld vrijstelling van huur/ingroei huur voor beginperiode in combinatie met begeleiding/coaching (door bestaande ondernemers uit het centrum). Als compensatie organiseert deze starter een of meerdere evenementen die ten goede komen aan het bezoek aan het centrum. De ondernemers zou ook gebruik kunnen maken van crowdfunding om zijn locatie te doen ontwikkelen. Juist dit geeft weer extra binding aan het centrum.</p> <p>Wijkeconomie (kan in combinatie met de vorige optie): het actief opsporen van mogelijke gegadigde ondernemers die de stap willen maken naar een eigen locatie in het centrumgebied (ambachtelijk, winkel etc.) al dan niet samen met andere ondernemers mogelijk in de vorm van conceptstores en blurring. Dit kan gebeuren door het direct contact zoeken met deze ondernemers en/of het organiseren van speciale happenings (o.a. een beurs).</p> <p>Toevoegen onderscheidende/beeldbepalende functie(s): een centrumgebied wint aan waarde als er 'speelse' functies aan worden toegevoegd die samenhangen met initiatieven en bedrijvigheid elders in de eigen gemeente. Een vrijblijvend voorbeeld in De Bilt is het KNMI. Zou er een locatie kunnen komen waar de wetenschap van het KNMI in het centrumgebied zichtbaar wordt, een soort van attractie. Wellicht kan ook het lokale onderwijs hierbij ook een rol spelen. Het moet een locatie zijn die enerzijds uitnodigt tot het doen of het beleven, maar anderzijds ook van ontmoeten, het nuttigen en het doen van bijzondere aankopen. Allerlei partners helpen mee om deze attractie van de grond te tillen, juist in een centrumgebied. Andere onderwerpen die bij het DNA van De Bilt passen zijn de Life Science as, zorg voor ouderen, kennis over duurzaamheid en over de circulaire economie</p>
Trekker	Ondernemersverenigingen Bilthoven en De Bilt (mogelijk toekomstige centrumontwikkelaar)
Partners	Accountmanagement Bedrijven, vastgoedeigenaren, gemeente
Werkingsgebied	Centra Bilthoven, De Bilt en Maartensdijk
Relatie actieplannen	Dit instrument vormt een belangrijk onderdeel van de detailhandels- en horecanota om ook positieve instrumenten in te zetten om het ondernemersklimaat te bevorderen.

4.13 Regeldruk verminderen

Verminderen regeldruk

Doel	Creëren van aantrekkelijk vestigings- en investeringsklimaat voor ondernemers
Resultaat	Minder regeldruk voor de detailhandel en horeca in gemeente De Bilt
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Economisch beleid
Omschrijving	<p>De regeldruk in de detailhandel is relatief gezien hoog. In het voorjaar van 2015 heeft de coalitie van het winkelambacht – bestaande uit diverse brancheorganisaties - het rapport 'Belemmeringen regeldruk winkelambacht' aangeboden aan minister Kamp. In dit rapport is aangegeven welke regelgeving hoge kosten veroorzaakt en die de coalitie winkelambacht graag opgelost zou willen zien.</p> <p>Vijf Nederlandse gemeenten doen inmiddels mee als koploper aan het project 'Maatwerk aanpak Regeldruk Winkelambacht'. In de gemeente De Bilt heeft dit onderwerp, zoals bij het aanvragen van vergunningen, ook al de nodige aandacht gehad.</p> <p>Met de ondernemersverenigingen van de verschillende winkelgebieden zal aan de hand van de rapportage het gesprek worden aangegaan en worden bepaald welke onderdelen lokaal (bv. lokale lasten en dienstverlening) en landelijk kunnen worden opgepakt. Vervolgens zal aan de hand hiervan een lokale pilot verminderen regeldruk worden opgestart.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemersverenigingen, landelijke brancheorganisaties, rijksoverheid
Planning	Er is reeds gestart met het landelijke project verminderen regeldruk. De gemeente De Bilt kan daarop aanhaken

4.14 Blurring

Aantrekkelijke hoofdwinkelcentra



Doel	Verhoging belevingswaarde van en tegengaan leegstand in de hoofdwinkelcentra en verminderen regeldruk
Resultaat	Ruimte voor nieuwe horeca en winkelconcepten en betere handhaafbaarheid wet- en regelgeving
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Drank- en horecawet, ruimtelijk beleid, economisch beleid
Omschrijving	<p>In centrumgebieden ontstaat steeds meer blurring tussen horeca en detailhandel. Wie kent niet de voorbeelden van een restaurant waar schilderijen die aan de muur hangen of zelfgemaakte tapenade worden verkocht en winkels waar ten behoeve van promotionele klantenacties drank wordt geschonken. Volgens de huidige wet- en regelgeving is dit niet toegestaan, terwijl door dit soort 'mengvormen' de aantrekkelijkheid en belevingswaarde van een centrumgebied kan toenemen. Bovendien lopen gemeenten, net als ondernemers trouwens, aan tegen onredelijke en onhaalbare grenzen van de handhaving van o.a. de Drank- en horecawet. VNG is hiertoe, ondanks de tegenwerking van het Ministerie VWS evenwel met steun van het ministerie van EZ (blurring is opgenomen in de landelijke retailagenda), een pilot gestart. Aan de pilot doen ruim dertig gemeenten mee. Per gemeente mogen zich ten hoogste 25 winkels registreren. Hoofdonderwerp is het toetsen van de bestaande handhavingspraktijk. Supermarkten, bouwmarkten en -winkels waar veel kinderen komen, mogen niet meedoen. De pilot wordt begeleid door een onafhankelijk onderzoeksbureau. Eind van dit jaar wordt de pilot afgerond en evalueert de Tweede Kamer in 2017 de Drank- en horecawet.</p> <p>De gemeente De Bilt volgt de voortgang van de pilot 'mengvormen detailhandel en horeca' op de voet. Door deze pilot wordt kennis opgedaan wat werkt en om van winkelstraten en gebieden kloppende harten te maken. Ook met de aan de pilot deelnemende gemeenten wordt contact gelegd om van de ervaringen te leren.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	KHN regio De Bilt, centrumondernemers, brancheorganisaties, VNG
Planning	Uitsluitsel hoe om te gaan met blurring volgend op landelijke ontwikkelingen.

4.15 Samenwerking winkelgebieden op wijk-buurt- en dorpsniveau en perifere detailhandel

In stand houden en daar waar nodig optimaliseren winkelgebieden in de kleinere verzorgingsgebieden

Doel	Een periodiek overleg tussen vertegenwoordigers van de verschillende winkelgebieden en de gemeente over het functioneren van de kleinere winkelgebieden en het PDV-aanbod
Resultaat	Goede functionerende winkelgebieden op wijk, buurt- en dorpsniveau en de PDV in de gemeente de Bilt en een duurzame samenwerkingsrelatie tussen ondernemers en gemeente
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Bredere voorzieningen in de dorpen, wijken en buurten ten aanzien van de leefbaarheid. Economisch beleid. Perifere detailhandel
Omschrijving	Er is op dit moment geen sprake van een gestructureerd overleg op dit niveau. In een dergelijk overleg kan de algehele gang van zaken in deze winkelgebieden aan bod komen, maar ook meer specifieke thema's zoals het toekomstperspectief zodat ondernemingen binnen hun bestaande omvang en kracht kunnen blijven functioneren. Van belang is een boodschappenfunctie ten behoeve van de leefbaarheid te behouden. Daarmee wordt voorkomen dat de hoofdwinkelcentra de agenda teveel domineren. Daarbuiten gaat het om de verplaatsing van ondernemers, transformatie naar andere functies, en verkenning van de locatie-mogelijkheden of ingezet kan worden op het concentreren van PDV-aanbod, onder de voorwaarde van nieuw-voor-oud e.d.
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemersverenigingen
Werkingsgebied	Gemeente De Bilt
Relatie actieplannen	Het uitbreidingsplan van Lidl en Plus, op termijn de herpositionering van de Planetenbaan

4.16 Nieuwe Weekmarkt

Onderzoek instelling extra nieuwe weekmarkt (dinsdag) Bilthoven Centrum	
Doel	Met een nieuwe weekmarkt een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van Bilthoven Centrum, de gemeente als geheel en het voorzieningenniveau
Resultaat	Na een goede afweging van vraag/aanbod en de haalbaarheid van de beoogde meerwaarde een nieuwe extra weekmarkt realiseren.
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Evenementenbeleid
Omschrijving	<p>Het landschap van de weekmarkten is in het algemeen aan verandering onderhevig. De meeste weekmarkten lopen terug. Dat heeft verscheidene oorzaken: sterke concurrentie van detailhandel, digitale winkelen en een verouderde aanpak van weekmarkten. Daarnaast spelen andere factoren zoals bereikbaarheid. Als bijvoorbeeld het parkeren lijdt onder een weekmarkt, dan missen reguliere winkels maar vooral ook supermarkten flink omzet. Dat betekent dat de trekkers minder goed functioneren en heeft daarmee een weerslag op het hele winkelgebied.</p> <p>Als centra willen profiteren van de komst van een weekmarkt dan moet dat zodanig dat de consument haar loop naar het centrum meer weet te vinden en/of daar langer verblijft. De combinatie markt, winkels en horeca moet gezocht worden. Meestal is dan horeca van groot belang. De vraag is dan bijvoorbeeld of de weekmarkt kan zorgen voor een zodanige verlenging van de zaterdag dat de gebruiker ook in de (vroeg) avond daar gaat eten. Bij de aanpak moeten de winkeliers en de horecaondernemers van meet af aan goed betrokken zijn.</p> <p>Alleen door te komen tot een zorgvuldige afweging én door betrokkenheid/eigenaarschap van de ondernemers te bewerkstelligen kan de synergie van markt, horeca en detailhandel zo optimaal mogelijk gerealiseerd worden en kan er een versterking van de aantrekkelijkheid en het voorzieningenniveau plaatsvinden.</p> <p>Wat relatief nieuw is in de aanpak bij weekmarkten is privatisering. Hiermee wordt niet de gemeente maar worden de ondernemers zelf verantwoordelijk voor de werkwijze van de markt. De gemeente faciliteert enkel. Dat kan voordeel opleveren waar het gaat om bijvoorbeeld branchering. Branchering is immers privaat eenvoudiger te organiseren dan publiek.</p> <p>Randvoorwaarden:</p> <ul style="list-style-type: none">• De markt moet een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van Bilthoven centrum, de gemeente als geheel en het voorzieningenniveau• De weekmarkt dient op termijn kostenneutraal te zijn• De weekmarkt moet voor een tijdelijke verbreding van het voorzieningenpakket zorgen en tegemoet komen aan specifieke consumentenwensen• Geen sprake van concurrentie met de huidige weekmarkt op de Planetenbaan• Overige lopende initiatieven en mogelijkheden voor markten dienen te worden meegenomen• ..
Trekker	Winkeliersvereniging Bilthoven Centrum, Middenstandsoverleg en de gemeente
Partners	Centrumondernemers, andere initiatiefnemers van weekmarkten
Planning	Het onderzoek wordt de eerste helft 2018 uitgevoerd.

Bijlagendocument:

1	Gemeentelijk rol nader belicht	59
1.1.1	Veranderende rol van gemeenten	59
1.1.2	Betrouwbare Overheid vs. Ondernemersruimte	60
1.1.3	Beperking voor de gemeente	60
2	Trends, Cijfers en Bouwstenen	62
2.1	Inleiding	62
2.2	Trends in de Detailhandel en Horeca	62
2.2.1	Consumentengedrag	62
2.2.2	Technologische Ontwikkeling en Concurrentie	62
2.2.3	Ontwikkelingen en effecten in De Bilt	63
2.3	Vraag en Aanbod (DPO)	65
2.3.1	Vraag	65
2.3.2	Aanbod	66
2.3.3	Conclusies en Ontwikkelruimte	70
2.4	McKinsey Rapport	72
2.5	Randstad Koopstromenonderzoek 2016	73
2.5.1	Stijgers	73
2.5.2	Dalers	74
2.5.3	Factsheets gemeente De Bilt Koopstromenonderzoek	74
2.5.4	Actuele leegstand	78
2.5.5	Doorvertaling van de analyses en de ontwikkelruimte voor de winkelgebieden	79
3	Huidige winkelgebieden	80
3.1	Inleiding	80
3.2	SWOT-analyse winkelcentra gemeente De Bilt	80
3.3	Centrum Bilthoven	82
3.4	Hessenweg/Looydijk De Bilt	82
3.5	Maertensplein Maartensdijk	83
3.6	Vergelijking van de hoofdwinkelcentra	83
3.7	Overige locaties	89
3.7.1	Planetenbaan Bilthoven	89
3.7.2	Het Oude Dorp De Bilt	89
3.7.3	Winkels Bilthoven-Noord (Het Kleine Dorp en PLUS)	90
3.7.4	Horeca	90
3.7.5	Verspreide bewinkeling en perifere detailhandel	91
4	Relaties met andere beleidsvelden	92
4.1	Economisch beleid	92
4.1.1	Werkgelegenheid	92
4.1.2	Life Science As	92
4.1.3	Kennisinstituten	92
4.1.4	Diensten- en creatieve sector	92
4.1.5	Agrarische sector	92
4.1.6	Industrie, groothandel en bouw	92
4.1.7	Recreatie	93
4.2	Horeca en Blurring	93
4.3	Mobiliteit, Verkeer en Parkeren	93
4.4	Woningbouw en demografie	93
4.5	Burgerparticipatie	93
4.5.1	Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen	94
4.5.2	Circulaire economie	94
4.5.3	Prosumptie in de informele economie	94

1 Gemeentelijk rol nader belicht

1.1.1 Veranderende rol van gemeenten

De situatie waarbij de gemeente altijd de regierol op zich moest nemen waarbij ook de financiële consequenties meteen bij de overheid komen te liggen (lees: de belangrijkste probleemhouder), is voorbij. De gemeente heeft veel meer een faciliterende en ondersteunende rol. Daarmee zijn er nog steeds veel mogelijkheden om vanuit de gemeente een actieve rol op te pakken. De gemeente moet zich bij een procesaanpak in een wijk of buurt bewust zijn van de mogelijkheden die een gebied heeft en de kansen die er bij betrokkenen liggen om deze daadwerkelijk (zelf) op te pakken. De gemeente past haar aanpak hierop aan zodat zoveel mogelijk de betrokkenheid van de partijen zelf tot uiting komt. Dat past ook beter bij de huidige participatiesamenleving, bij interactieve beleidsvorming en bij organische gebiedsontwikkelingen. Het proces is vergelijkbaar met de intenties van de nieuwe omgevingswet hoe nieuwe visies tot stand moeten komen. Hierbij wordt rekening gehouden met de steeds snellere veranderingen in de maatschappij en om voortschrijdende inzichten mee te kunnen nemen. Gezamenlijk wordt er geacteerd op basis van een gedragen visie. In de figuur hiernaast is dit schematisch aangeduid.

Een onderdeel van deze aanpak is de zogenaamde *uitnodigingsplanologie*. Deze bevindt zich in het kwadrant dat linksonder in het schema is aangeduid. Het gaat er vanuit dat de potentie van het gebied hoog is doch de kracht en kwaliteit van de actoren laag. In een centrumgebied als dat van Bilthoven en De Bilt is er sprake van versnipperd eigendom, met allerlei soorten eigenaren en met allen een eigen belang. In Bilthoven-centrum is de eigenaar van de Kwinkelier wel een dominante partij. Dat maakt vooral de kracht van marktpartijen om er zelf uit te komen laag. De gemeente vervult dan een initiërende rol en is mede-uitvoerder om de fysieke transformatie en de functionele veranderingen te begeleiden en het gezamenlijke wensbeeld van een vernieuwd centrumgebied voor Bilthoven en De Bilt te realiseren. In Maartensdijk is dat gemakkelijker omdat het centrumgebied daar overzichtelijk is en men daar goed kan opereren vanuit het gezamenlijke belang. De gemeente kan dan wat meer een afwachter houding aannemen en zich beperkt tot haar primaire taken (openbare ruimte, bereikbaarheid / verkeer e.d).



De uitnodigingsplanologie en de regierol voor de centrumgebieden van Bilthoven en De Bilt bestaan er niet uit dat de gemeente alle risico's en verantwoordelijkheden op zich moet nemen. De regie moet zodanig zijn dat marktpartijen hun verantwoordelijkheid kunnen pakken op basis van een vooraf samen geformuleerde, gedragen en realistische ambitie. Deze gemeentelijke rol moet vertrouwen uitstralen en zou daarmee kunnen bestaan uit:

- Het beschikbaar stellen van bestuurlijke en ambtelijke capaciteit;
- Het bij elkaar brengen van partijen;
- Het blijvend zorgdragen van voldoende draagvlak binnen de gemeenschap om de aanpak ook werkelijk tot een succes te brengen;
- Het beschikbaar stellen van alle parate kennis die over dit gebied beschikbaar is;
- Het ter beschikking stellen van het eigen (brede) netwerk opdat zo ook alle kennis en ervaring buiten de gemeente beschikbaar komt;
- Het samen doen zoeken naar oplossingen door met elkaar alle relevante en noodzakelijke informatie te verzamelen;
- Het zoeken naar bijdragen om een op zich haalbare exploitatie binnen bereik te krijgen (subsidie van overheden);

- Het beschikbaar maken van externe kennis en ervaring om een dergelijk proces te ondersteunen en te begeleiden;
- Afspraken te maken met initiatiefnemende partijen die de ontwikkeling echt kunnen en willen lostrekken.

1.1.2 Betrouwbare Overheid vs. Ondernemersruimte

Er is sprake van een aantal tegenstellingen die in de totstandkoming van dit beleid boven tafel zijn gekomen. Er is door alle partijen om aandacht gevraagd voor consequent overheidsoptreden en een betrouwbare overheid die helder, consequent en transparant handhaaft. Daarnaast is er ook een zeer duidelijke roep om meer flexibiliteit, ruimte om te ondernemen en het bieden van maatwerk wanneer nodig. Deze constatering is vrijwel onmogelijk in beleid te vangen. Enerzijds wensen we ondernemers alle vrijheid en ontwikkelruimte toe, anderzijds willen we niet dat de vrijheid van de een de vrijheid van de ander teveel inperkt, daarnaast is er ook sprake van nationale en Europese wetgeving die dit soms compliceert.

De gemeente pakt en krijgt haar rol als regisseur en levert haar bijdrage waar mogelijk. Hierbij worden zowel RO-instrumenten (m2 toevoegen/verwijderen) als juridische instrumenten (verordeningen, APV, winkeltijden, experimenteerruimte, flexibele bestemmingsplannen en transformatie) maar ook randvoorwaardelijke zaken (evenementen, parkeeroplossingen en samenwerking) benut.

De wet kent een strikte scheiding tussen wat mag in levensmiddelenwinkels (alleen verkoop van zwak-alcoholhoudende drank), in slijterijen (verkoop van zwak-alcoholhoudende en sterke drank), in de horeca (alleen alcohol schenken voor drinken ter plaatse) en in niet-levensmiddelenwinkels en bij dienstverleners (geen alcoholverkoop). Deze zogenaamde functiescheiding is duidelijk. Deze functiescheiding maakt het ook lastig om de centra in De Bilt aantrekkelijker te maken. Het is immers prettig en gezellig een drankje te drinken bij de kapper of bij de boekhandel. Verschillende pilots en proeven zijn uitgevoerd en/of lopen nog. De spanning tussen economische belangen enerzijds en de belangen van volksgezondheid, openbare orde en veiligheid anderzijds maken dit tot gevoelige materie. Op dit moment lijken de economische belangen onvoldoende zwaarwegend te zijn. Bij verschillende gemeenten zijn deze experimenten niet geslaagd. Wanneer wet- en regelgeving verandert ontstaat wellicht meer ruimte voor dergelijke initiatieven. Vooralsnog zijn de signalen dat de Drank- en Horecawet niet ingrijpend wordt aangepast, mede op basis van het Alcoholmanifest van 10 gezondheidsorganisaties.

Beleidsregels:

- Europese, nationale en regionale wetgeving is maatgevend, ondernemers krijgen de ruimte om binnen de bestaande regelgeving te ondernemen.
- Er mag alleen binnen de wettelijke kaders geëxperimenteerd worden bij mengvormen tussen horeca en detailhandel. Het in opdracht van het ministerie van VWS opgestelde overzicht 'Blurring, mengen van horeca, detailhandel en dienstverlening' dient hierbij zowel voor ondernemers als voor de gemeente als handleiding voor de interpretatie van de wet.
- Bij melding en of constatering van activiteiten die niet zijn toegestaan zal de gemeente handhavend optreden. Een gelijk speelveld is hierin van groot belang. Denk aan het tegengaan van detailhandel op bedrijventerreinen.
- De gemeente zal om de dynamiek van de detailhandel en de horeca in de drie winkelcentra te versterken en nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken minder strikt op de parkeernormen sturen. Traffic genereren en een aantrekkelijk aanbod bieden in een winkelcentrum weegt zwaarder dan een sluitende parkeernorm.
- Waar mogelijk en waar wenselijk zal de parkeersituatie per winkelcentrum bekeken worden.
- Gemeente en centra werken toe naar verbeteren van de verblijfskwaliteit in de centra. Denk aan toevoegen parkeren, lichte ondersteunende horeca, verbeteren openbare ruimte, interpretatie en benutten openingstijden, verbeteren bereikbaarheid.

1.1.3 Beperking voor de gemeente

Daarnaast is de gemeente gebonden aan wettelijke regelingen. De wet kent een strikte scheiding tussen wat mag in levensmiddelenwinkels (alleen verkoop van zwak-alcoholhoudende drank), in slijterijen (verkoop van zwak-alcoholhoudende en sterke drank), in de horeca (alleen alcohol schenken voor drinken ter plaatse) en in niet-levensmiddelenwinkels en bij dienstverleners (geen alcoholverkoop). Deze

zogenaamde functiescheiding is duidelijk. Deze functiescheiding maakt het ook lastig om de centra in De Bilt aantrekkelijker te maken. Het is immers prettig en gezellig een drankje te drinken bij de kapper of bij de boekhandel. Verschillende pilots en proeven zijn uitgevoerd en/of lopen nog. De spanning tussen economische belangen enerzijds en de belangen van volksgezondheid, openbare orde en veiligheid anderzijds kan verlamdend werken. Op dit moment lijken de economische belangen (in onze gemeente) onvoldoende prioriteit te krijgen.

De gemeente heeft ook een aantal andere beperkingen in haar optreden:

- Er mag alleen binnen de wettelijke kaders geëxperimenteerd worden bij mengvormen tussen horeca en detailhandel. Het in opdracht van het ministerie van VWS opgestelde overzicht 'Blurring, mengen van horeca, detailhandel en dienstverlening' dient hierbij zowel voor ondernemers als voor de gemeente als handleiding voor de interpretatie van de wet.
- Bij melding en of constatering van activiteiten die niet zijn toegestaan zal de gemeente handhavend moeten optreden. Een gelijk speelveld en gelijke behandeling is hierin van groot belang. Denk aan het tegengaan van detailhandel op bedrijventerreinen.

Ten aanzien van wensen van ondernemers met betrekking tot het parkeerbeleid:

- De gemeente zal om de dynamiek van de detailhandel en de horeca in de drie winkelcentra te versterken en nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken de parkeernormen goed in deze afwegingen betrekken. Enerzijds moet drukte in de winkelcentra een topprioriteit zijn zodat de winkelcentra weer aantrekkelijk worden doordat mensen er willen zijn (kritische massa, hoe drukker hoe beter), anderzijds moet er wel ruimte zijn om de ontwikkelingen in de markt te volgen. Wanneer de huidige parkeernormen de mogelijkheden voor kwalitatieve aanbodverbeteringen van de winkelcentra beperken moet hierin een goede afweging gemaakt worden.

2 Trends, Cijfers en Bouwstenen

2.1 Inleiding

Er zijn weinig sectoren in de economie die de laatste jaren aan meer verandering onderhevig waren dan de detailhandel. Dit hoofdstuk gaat in op de trends in de detailhandel, denk aan veranderend consumentengedrag, technologische ontwikkelingen, concurrentie en de detailhandel en horeca zelf. Door zowel trendmatig als cijfermatig naar de ontwikkelingen in detailhandelsland te kijken geeft dit hoofdstuk een goed beeld van het krachtenveld en de ontwikkelingen die stuk voor stuk hun positieve dan wel negatieve weerslag hebben op de detailhandel en de horeca in de gemeente De Bilt. Ook wordt er een aantal onderzoeken cq bouwstenen van het detailhandelsbeleid besproken.

2.2 Trends in de Detailhandel en Horeca

2.2.1 Consumentengedrag

De grootste verandering betreft het consumentengedrag. Het veranderende consumentengedrag heeft veel gevolgen voor de detailhandel. Omdat mensen steeds kritischer, actiever, flexibeler en digitaler worden is de klassieke manier van winkelen aan het veranderen. Mensen gaan nog steeds winkelen omdat ze boodschappen nodig hebben. Boodschappen doen vindt plaats in de 'food-sector'. Deze sector functioneert overwegend goed, al is er sprake van een dalende omzet per m²; door schaalvergroting en efficiëntieverbetering wordt dat opgevangen. Van belang is de bijdrage van dagelijks winkelaanbod aan de leefbaarheid in de wijk. Naast boodschappen doen, willen mensen ook winkelen als vrijetijdsbesteding. De funshoppers zoeken daarbij een 'beleving'. Dit is vaak de non-foodsector. De vraag naar beleving groeit, maar het inspelen op die trend blijft sterk achter. Die groeiende vraag naar beleving bindt meer mensen aan (grotere) winkelcentra maar leidt niet altijd tot met meer uitgaven in de gevestigde winkels. De consument koopt in toenemende mate dagelijkse goederen dicht bij huis. Dit houdt verband met de afnemende noodzaak om voor niet-dagelijkse aankopen regelmatig naar een winkelcentrum (incl. niet-dagelijks aanbod) te gaan. Tegelijkertijd springen steeds meer individuele ondernemers, waaronder horecaondernemers, in op de veranderende vraag van de inwoner/klant. Het totaalpakket van service, profiel, uitstraling, sociale contacten, sfeer, exclusiviteit, etc. wordt steeds belangrijker naast de prijs. Op dit gebied draagt ook de horeca bij aan de totaalervaring waar de consument naar op zoek is. Juist de complementariteit van detailhandel en horeca is van belang voor de aantrekkelijkheid van een centrum als geheel.

2.2.2 Technologische Ontwikkeling en Concurrentie

Er is een grote verschuiving van de bestedingen in de detailhandel van offline naar online gaande. Juist omdat online winkelen op het gebied van 'prijs en vergelijkbaarheid' moeilijk kan worden gestopt. Technologische ontwikkelingen, zoals "big data", "machine learning" en "internet-of-things" betekenen veranderingen voor de detailhandel. Wanneer en hoeveel is nog niet duidelijk maar de invloed op de sector is groot. Individuele ondernemers die deze technologische innovaties snel kunnen exploiteren, kunnen een voorsprong realiseren ten opzichte van de concurrentie. Een van de lange termijneffecten van deze technologische ontwikkeling is de vershraling van de diversiteit van het winkelaanbod. Digitale kanalen en snelheid zullen een prominere rol gaan spelen in de keuzes van de consument. Geholpen door technologie, zoeken consumenten wanneer ze maar willen wat ze maar willen.

Door ontbreken van de fysieke component kan dit tot vershraling van het aanbod in de bestaande traditionele winkelcentra leiden.

Natuurlijk is er ook een tegenbeweging. Door de toegenomen transparantie en druk op de prijzen groeien de kansen voor fysieke winkels om zich te onderscheiden op dienstverlening, beleving, winkelervaring en service. Om de veeleisende klant te kunnen blijven bedienen, zijn investeringen in technologie en nieuwe vaardigheden wel noodzakelijk. Onverminderd geldt dat persoonlijk contact door consumenten wordt gewaardeerd.

De veranderingen gaan verder: Winkels zullen zich in de toekomst niet langer schikken naar traditionele branche indelingen, maar zullen vaker geordend zijn naar lifestyles. Retailers zullen in de toekomst ook vaker combinaties aangaan met horeca en andersom. Brancheervaging zal meer en meer voorkomen. Het mogelijk maken van deze nieuwe concepten vraagt vaak om aanpassing van wet- en regelgeving. Andere belangrijke trends zijn de verschuiving van bezit naar gebruik, van product naar design, van gebruikt naar refurbished. Retail zal zich steeds meer toeleggen op dienstverlening aan consumenten.

Een individuele ondernemer kan vrijwel onmogelijk op al deze trends inspelen. Als er echter naar de samenwerking gekeken wordt is er veel meer mogelijk. Denk aan termen als clustering, collectiviteit, kritische massa, combinatiebezoeken, gezamenlijke profilering, gezelligheid en een aantrekkelijke openbare ruimte.

2.2.3 Ontwikkelingen en effecten in De Bilt

Bovenstaande ontwikkelingen hebben grote gevolgen voor zowel de werkgelegenheid in de detailhandel alsook de fysieke verschijningsvorm van de detailhandel. Alles wijst erop dat deze veranderingen nog lang niet ten einde zijn. Om goed op deze ontwikkelingen in te spelen is naast ondernemerschap een gezamenlijke 'totaalaanpak' benodigd. Alvorens daar op in te gaan is het goed een koppeling te maken met de Biltse situatie. Ofwel: welke ontwikkelingen en veranderingen die effect hebben op het detailhandelslandschap in De Bilt zijn actueel?

Detailhandel in de regio:

Het is van belang de positie van De Bilt in het regionale krachtenveld te kennen en te erkennen. De Bilt is een gemeente die, gelegen tussen Utrecht, Hilversum en Zeist, van verscheidene kanten concurrentie ervaart. Het is een reële vraag of de winkelcentra in de gemeente De Bilt de concurrentie met deze omliggende regionale winkelgebieden moeten willen aangaan? Zeker als de komende tijd de vernieuwing van Utrecht-centrum gestalte krijgt met de geleidelijke oplevering van het centrumplan Hoog Catharijne (www.cu2030.nl). Het kan ook interessant zijn te proberen vanuit de eigen kracht de lokale kwaliteit te versterken en daarmee de binding van de eigen inwoners te benutten.

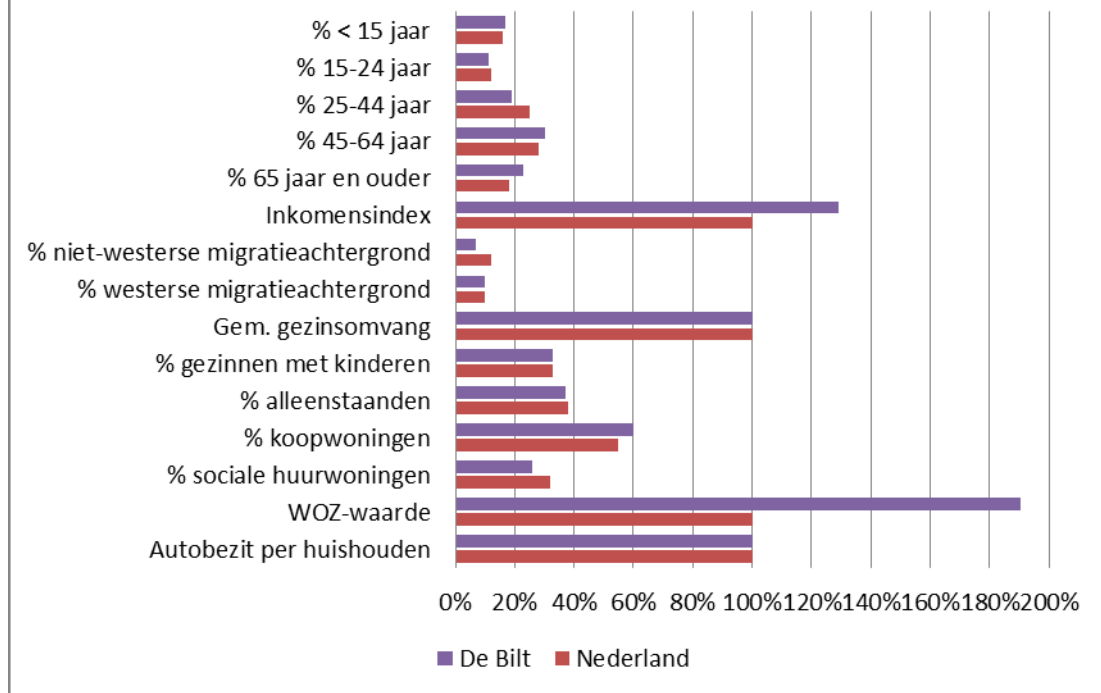
Woningbouw en demografische ontwikkeling in De Bilt:

De inwonerprognose van De Bilt (ca 42.000 inwoners) leidt de komende jaren tot een minimale stijging, om het inwonertal op peil te houden en de huishoudensverdunding te compenseren is bouw van nieuwe woningen gewenst. Er worden jaarlijks ongeveer 25 woningen bijgebouwd in de gemeente De Bilt. Dit aantal leidt in combinatie met de trend van huishoudensverdunding per saldo niet tot noemenswaardige extra bestedingen in de detailhandel. Daarom is het extra belangrijk dat er voldoende aandacht is voor de kwaliteit van de bestaande woningvoorraad zodat die op orde blijft. Dat is mogelijk in de sociale huursector. Bij vernieuwing wordt de doorstroming met nieuwe huishoudens bevorderd.

Een aantal kenmerken van de bevolking en de woningvoorraad is in de volgende figuur opgenomen. De bevolking is gemiddeld iets ouder. Er is sprake van een hoog gemiddeld inkomen. Er zijn weinig inwoners met een niet-westerse migratie-achtergrond. De gezinssamenstelling met eenpersoonshuishoudens en gezinnen met of zonder kinderen is relatief normaal. Er zijn relatief meer koopwoningen, de WOZ-waarde is gemiddeld zeer hoog. Het autobezit is normaal.

Zou de uitsplitsing nog gemaakt worden tussen De Bilt en Bilthoven, dan wijkt in Bilthoven het inkomen en de WOZ-waarde nog veel sterker af als gevolg van de relatief prijzige woningvoorraad.

Gemeente De Bilt vergeleken



De lichte vergrijzing is ongunstig voor de positie van de detailhandel in De Bilt. Uit onderzoek blijkt dat deze consumenten 'alles al hebben', minder gevoelig zijn voor trends, gehecht zijn aan de spullen die ze hebben en hun geld liever besteden aan uitjes en reizen. Ook geven mensen boven de zeventig nog maar de helft uit aan non-food producten ten opzichte van daarvoor. (Bron: Retail Trends). Vergrijzing speelt niet alleen bij consumenten; ook bij ondernemers is het relevant. Bedrijfsopvolging is vaak niet beschikbaar of interessant en in de laatste jaren voor het pensioen wordt niet vaak meer groots geïnvesteerd in de winkel. Het pand dat dient als pensioenvoorziening blijkt minder goed verkoopbaar en verhuurbaar te zijn. Deze potentiële of verborgen leegstand kan tot werkelijke leegstand en verloedering leiden. Vastgoed moet afgewaardeerd worden en er ontstaan risico's voor opvolging en pensioenvoorziening.

In de food / dagelijkse sector

De foodsector heeft te maken met sterke prijsconcurrentie en lage marges waarbij de vernieuwing en het onderscheid niet meer puur op prijs gemaakt wordt. Het gaat veel meer om het gemak en de kwaliteit. Er is sprake van een omzet per vierkante meter die onder druk staat. Daardoor zetten supermarkten in op (prijs)concurrentie, productdifferentiatie, productinnovatie en schaalvergroting. Deze supermarktstrategie heeft ook gevolgen voor de (ambachtelijke) speciaalzaken. Het aantal (ambachtelijke) speciaalzaken neemt af. Tegelijkertijd zien we juist daar ook ondernemers die zich weten te onderscheiden op kwaliteit, imago, duurzaamheid en assortiment. Deze ondernemers verbreden hun markt naar een hoogwaardiger marktsegment, business to business en extra diensten, zoals catering. Door de innovatie en uitbreiding van activiteiten, ofwel blurring en branchevervaging, houden deze ondernemers hun omzet op peil. Hierbij is te zien dat de markt in hoog tempo verandert en dat de wet- en regelgeving hierbij sterk achterblijft.

In de non-food / dagelijkse sector

In 10 jaar tijd is in de niet-dagelijkse sector het winkelloppervlak in Nederland gelijk gebleven, terwijl het bedrag dat huishoudens in deze sector uitgeven met bijna 20 procent is gedaald. Deze ontwikkeling geeft stof tot nadenken. De consequenties hiervan zijn niet alleen merkbaar bij de winkeliers, het effect is ook direct zichtbaar in de openbare ruimte. Mede door toenemende onlineverkoop wordt minder omzet per vierkante meter winkelloppervlak behaald en neemt de productiviteit verder af, de winstmarges staan onder druk.

Hierdoor ontstaat in De Bilt een toenemende verschraving van het aanbod. Dit terwijl beleving en kwaliteit juist het verschil moeten maken ten opzichte van de prijs.



Regelgeving

De (landelijke) regelgeving is vaak gebaseerd op traditionele fysieke detailhandel en niet toegepast op webwinkels, mengvormen of andere innovatieve bedrijven. Dat leidt tot veel onzekerheid, procedures en onduidelijkheid.

2.3 Vraag en Aanbod (DPO)

2.3.1 Vraag

- Het inwonertal van de gemeente De Bilt is door de jaren heen redelijk stabiel en schommelt tussen de 42.000 en 42.200.
- Een prognose van het inwonertal geeft een toename van de bevolking aan, afgerond 42.320 tot 43.350. Een mogelijke toename dus van ruim 1.000 inwoners.
- Gemeente De Bilt heeft een relatief oude bevolking. Het aantal inwoners boven de 45 jaar is relatief groot. Naar verhouding zijn er weinig mensen in de leeftijdscategorie 25 tot 45 jaar. Grofweg de categorie van starters en jonge gezinnen.
- Het treinstation Bilthoven trekt een aanzienlijke populatie van studenten. Deze gebruiken dit station als overstap naar het Utrecht Science Park. In absolute zin is het bestedingspotentieel echter gering en vooral interessant voor specifieke retail-formules.
- Het inkomensniveau van de inwoners is hoog en ligt ruim 25% boven het landelijk gemiddelde. Dit hogere inkomen werkt door in de gemiddelde consumentenbestedingen (met een prijselasticiteit van 0,25% in de dagelijkse sector en 0,5% in de niet-dagelijkse sector). Het bestedingspotentieel in de dagelijkse sector is in het afgelopen decennium fors toegenomen. Niet door groei van het aantal inwoners, maar door autonome toename van de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking.
- Tegelijk zijn inwoners voor hun dagelijkse boodschappen minder georiënteerd op het aanbod in de eigen gemeente. Vooral tussen 2004 en 2011 is een sterke daling in te zien. Daarna is de situatie gestabiliseerd en weer licht toegenomen.
- Utrecht is een belangrijke aankoopplaats voor de boodschappen geworden. Tot 2011 nam de afvloeiing naar deze plaats sterk toe. Daarna is deze weer iets afgenomen, maar nog steeds gaat een aanzienlijk deel van de koopstromen naar Utrecht. Wanneer de grootscheepse verbouwing van Utrecht afgerond is bestaat de kans dat er nog meer afvloeiing plaatsvindt.

De vraag naar winkeloppervlak zal afnemen in de toekomst.

2.3.2 Aanbod

Food/Dagelijks

De gemeente De Bilt telt momenteel 71 winkels in de dagelijkse sector met een totaal oppervlak van 15.360 m² wvo (winkelvloeroppervlak). Het aantal winkels is de afgelopen jaren nauwelijks veranderd. Wat wel verandert, is het oppervlak aan winkelruimte. In 2004 was het totale oppervlak nog 12.800 m². In tien jaar tijd is dit uitgebreid met bijna 2.500 m². Een toename van 20%. Deze uitbreiding heeft geleid tot zowel een schaalvergroting van de winkels, als een toename van het aanbod per inwoner. Het aantal inwoners en het aantal winkels is in deze periode namelijk nauwelijks veranderd.

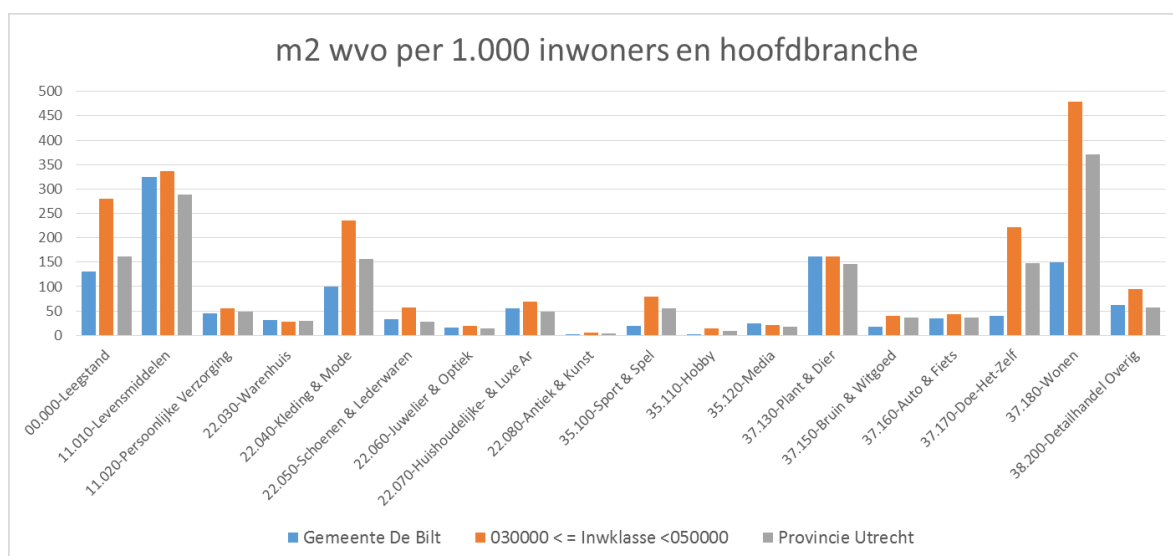
Non-Food/Niet-Dagelijks

In de niet-dagelijkse sector is een tegengestelde ontwikkeling te zien. In deze sector nemen zowel het aantal winkels als het winkeloppervlak af. Tussen 2004 en 2011 was er nog sprake van uitbreiding van het aanbod. Na 2011 is de afname ingezet. Momenteel is het aanbod kleiner dan tien jaar geleden. De afname van het aanbod betreft voornamelijk het sluiten van 'kleine' winkels. De schaalgrootte van de winkels is namelijk redelijk stabiel. De afname leidt er ook toe dat er steeds minder winkeloppervlak per inwoner is. In 2011 was het oppervlak het grootst met 872 m² wvo per 1.000 inwoners. Inmiddels is dit afgenomen tot 730 m² wvo.

In De Bilt zijn de afgelopen jaren diverse mutaties geweest. Per saldo is het totale oppervlak vooral tussen 2011 en 2013 afgenomen. Tussen 2013 en 2016 is het aanbod in Bilthoven verder afgenomen, terwijl in De Bilt zelf er juist weer uitbreiding in oppervlak heeft plaatsgevonden.

Detailhandel: benchmark en aanbod

Voor de hoofdbranches in de gemeente is een recente benchmark uitgevoerd.



Conclusies:

- De leegstand in de gemeente De Bilt ligt iets onder het niveau van de provincie en is een stuk lager dan in kernen van 30.000 tot 50.000 inwoners
- Dagelijkse sector: het aanbod levensmiddelen en persoonlijke verzorging zijn goed op orde:
- Niet-dagelijkse sector. Het volgende valt op:
 - weinig kleding-mode;
 - minder afwijking in schoenen-lederwaren;
 - huishoudelijk-luxe goed op orde;
 - heel weinig sport-spel;
 - plant-dier op orde;
 - weinig bruin-witgoed;
 - zeer weinig doe-het-zelf en woninginrichting.

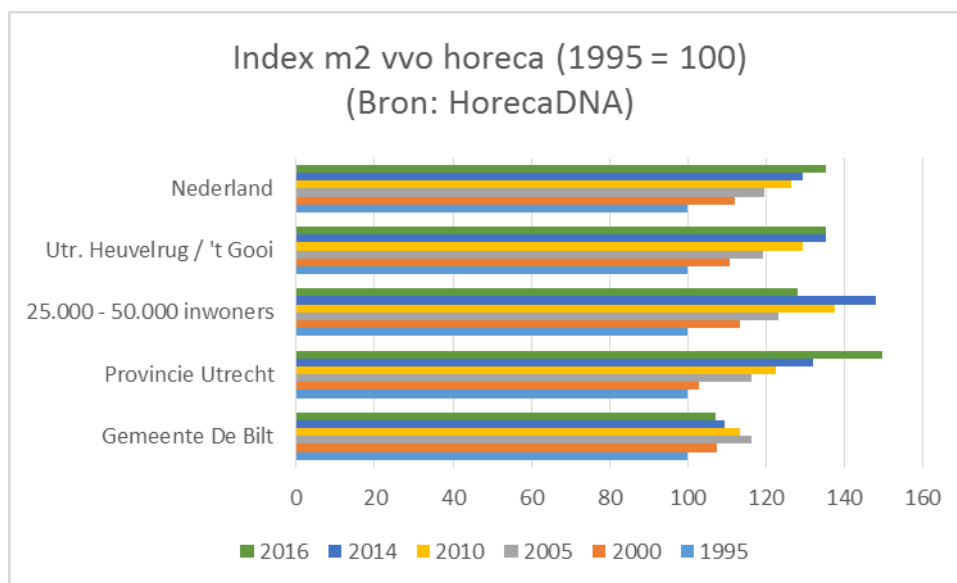
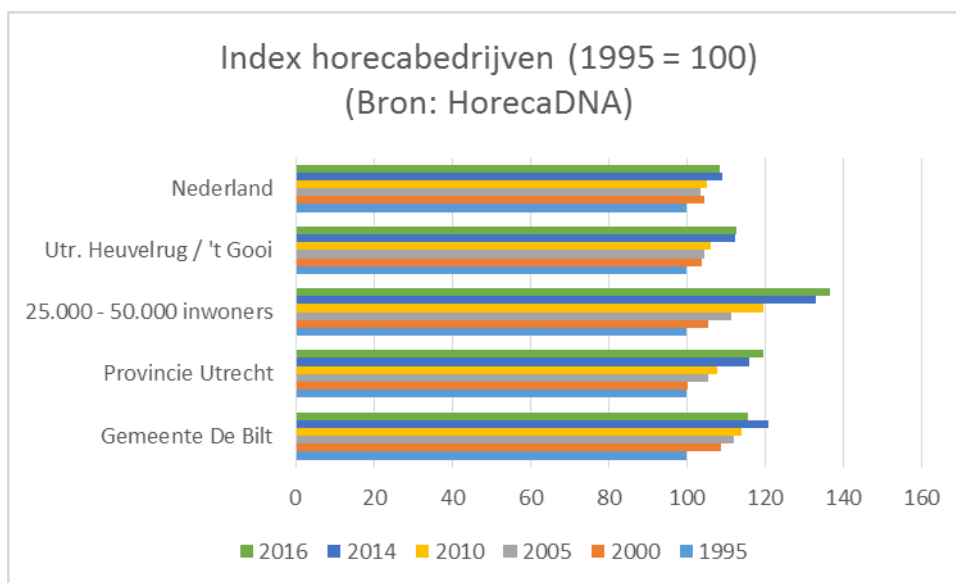
Horeca: benchmark

Het horeca-aanbod in de gemeente De Bilt is vergeleken met de provincie Utrecht, woonplaatsen met 25.000 tot 50.000 inwoners, de toeristische regio Utrechtse Heuvelrug / 't Gooi en met Nederland. De bron is HorecaDNA⁷. Hierbij wordt onderscheid gemaakt naar:

- Consumptieve horeca: dranken, fastservice en restaurants;
- Verblijfshoreca: hotels, pensions.

In de praktijk is veel branchevervaging zichtbaar. De verschillende activiteiten van horecabedrijven zijn minder eenduidig toe te kennen aan een specifieke branche. De indeling is door HorecaDNA toegekend op basis van de hoofdactiviteiten van de bedrijven.

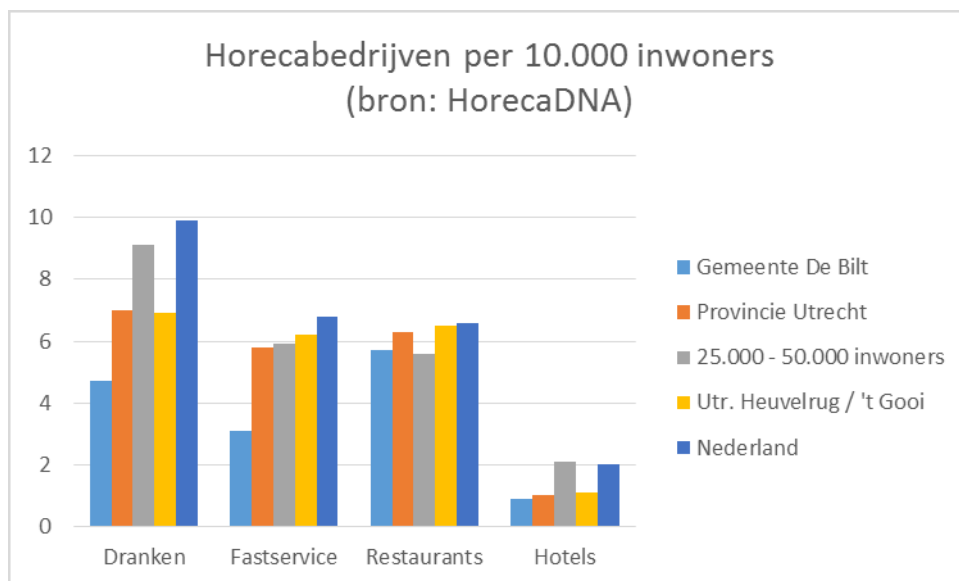
1995 - 2016



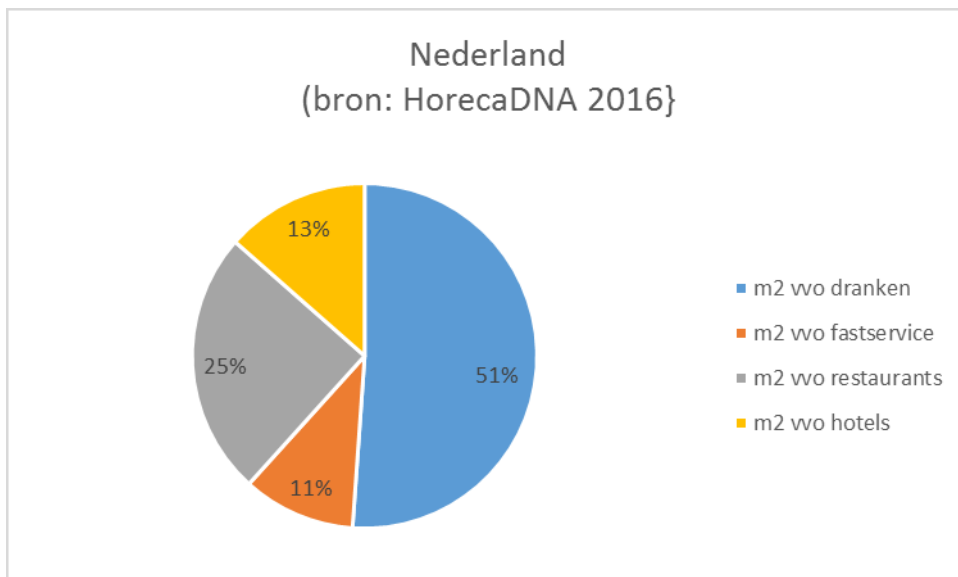
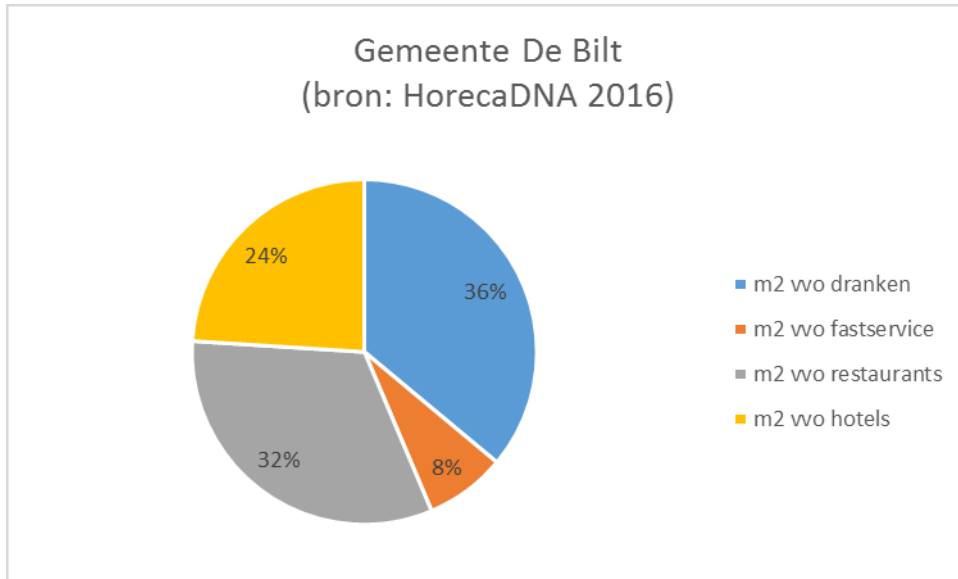
In de gemeente De Bilt is het aantal horecabedrijven tussen 1995 en 2016 ongeveer in gelijke mate gegroeid als de benchmark. De ontwikkeling van het metrage aan horeca is achtergebleven en daalt licht sinds 2005.

⁷ De opvolger van de databank van het Bedrijfschap Horeca en Catering.

Benchmark per sector



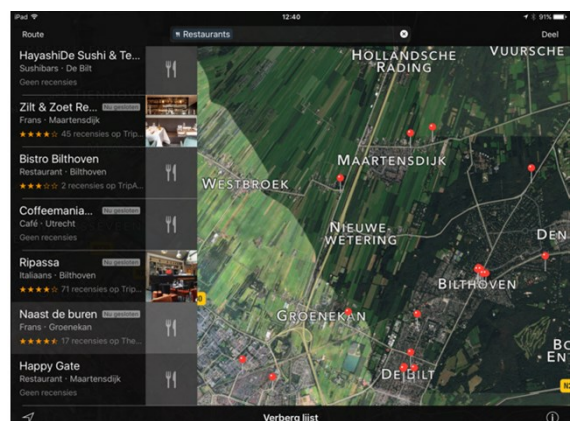
De gemeente De Bilt heeft per 10.000 inwoners een beperkt aantal horecabedrijven. Alleen het aantal restaurants is op niveau, het aantal dranken- en fastservice-bedrijven blijft achter. Vergeleken met de provincie en de toeristische regio ligt het aantal hotels per 10.000 inwoners op een gemiddeld niveau. Vergeleken met kernen met 25.000 tot 50.000 inwoners en met Nederland blijft het aantal hotels achter. De verdeling van de vierkante meters wijkt hiervan af. Dat komt onder andere door de invloed van het Van der Valk hotel-restaurant-zalencentrum met ruim 100 kamers langs de N237 de Utrechtseweg. Dat is zichtbaar aan de beide volgende figuren als de gemeente vergeleken wordt met Nederland.



Een hoog aandeel van het horeca-metragen wordt in de gemeente De Bilt ingenomen door de restaurants en de hotels. Het aandeel dranken en fastservice blijft achter.

Op basis van de Locatus-data en het DPO kan over de ruimtelijke spreiding van de horeca het volgende gezegd worden. Bijgaand kaartje geeft enige indruk van de spreiding van de restaurants over de gemeente maar is dus niet compleet (bron: Apple Maps):

- Er is vrij veel horeca buiten de winkelgebieden gevestigd. Iets meer dan de helft van alle horeca-vestigingen;
- De horeca buiten de winkelgebieden betreft voornamelijk hotel- of café-restaurants. De helft, 26 van de totaal 51 horeca-vestigingen ligt buiten de winkelgebieden.
- De overige horeca is hoofdzakelijk of in Bilthoven centrum of in De Bilt centrum gevestigd. De verhouding in hotel- of



café-restaurant is vrijwel gelijk aan elkaar en aan het aanbod buiten de centra.

Overige functies

Overige functies zoals maatschappelijke voorzieningen kunnen aanvullend zijn op de trekkracht van een winkelgebied. Extra functies kunnen leiden tot (meer) combinatiebezoek. Efficiëntie en gemak spelen daarbij voor de consument een belangrijke rol.

De meerwaarde en wisselwerking is afhankelijk van het type functie en de aansluiting op het koop- en bezoekmotief van de consument ten aanzien van de winkels. Onder andere de openingstijden zijn relevant. Een bibliotheek die vooral overdag wordt bezocht zal combinatiebezoeken genereren voor dagelijkse winkels. Een theater of bioscoop wordt meer in de avond bezocht en met een recreatief karakter. Een combinatiebezoek met de supermarkt past daarin niet. Horeca kan weer wel profiteren.

2.3.3 Conclusies en Ontwikkelruimte

De variabele in de scenario's zijn de draagvlakontwikkeling en de koopkrachtbinding. Deze twee variabelen zijn de grote onzekerheid voor de toekomst en worden deels beïnvloed door veranderingen in de omgeving. Twee scenario's zijn weergegeven met een 'lage' verwachting omtrent de koopkrachtbinding. Dit is het scenario dat de koopkrachtbinding nog verder zal dalen als gevolg van het veranderende consumentengedrag en de invloed van internetaankopen. Twee scenario's zijn weergegeven met een 'hoge' verwachting over de koopkrachtbinding. Binnen de scenario's is het onderscheid gemaakt in een geringe draagvlakontwikkeling (min) en een draagvlakontwikkeling conform de prognose uitgaande van realisatie van alle nu bekende woningbouwprojecten (plus).

Een vijfde scenario is uitgewerkt waarin het effect van verbetering van de vloerproductiviteit inzichtelijk is gemaakt. De huidige gemiddelde vloerproductiviteit is laag. Versterking van de vloerproductiviteit kan aan de orde zijn om het investeringspotentieel van de detailhandel te verhogen. Een hogere vloerproductiviteit schept financiële ruimte om investeringen in andere zaken, zoals vastgoed, te doen. Dit scenario is extra toegevoegd bij het scenario 'laag min'. In het scenario is uitgegaan van een verbetering van de vloerproductiviteit met ca. 7%.

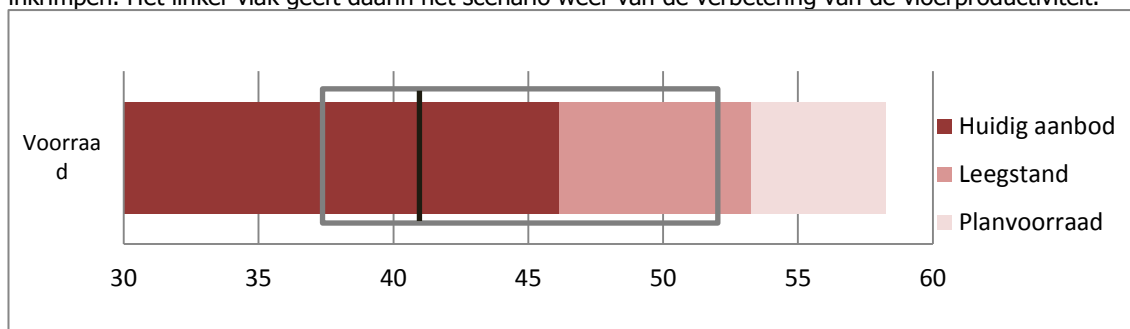
De weergegeven scenario's kunnen verder samengevat in een kwantitatieve ontwikkelingsopgave voor het detailhandelsaanbod in de gemeente. Waarbij rekening wordt gehouden met de huidige leegstand en de planvoorraad en het bestaande aanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Dit aanbod bij elkaar opgeteld geeft aan wat de feitelijke voorraad is aan winkelruimte. Afgezet tegen het distributieve evenwicht per scenario wordt duidelijk wat de kwantitatieve opgave is. Netto en bruto. Netto alleen rekening houdend met het bestaande aanbod, het verschil tussen bestaande aanbod en distributieve evenwicht. Bij bruto wordt ook nog rekening gehouden met de leegstand en de planvoorraad (ruimte in bestemmingsplannen).

Samenvatting Toekomstscenario's DPO:

		Laag	Laag		Hoog	
		Vloer-productiviteit	min	plus	min	plus
Huidig winkelaanbod	Dagelijks	15.360	15.360	15.360	15.360	15.360
	Niet-dagelijks	30.800	30.800	30.800	30.800	30.800
	Totaal	46.160	46.160	46.160	46.160	46.160
Leegstand		7.100	7.100	7.100	7.100	7.100
Planvoorraad		5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Voorraad	Totaal	58.260	58.260	58.260	58.260	58.260
Distributief evenwicht	Dagelijks	13.300	14.300	14.600	16.100	16.500
	Niet-dagelijks	24.800	26.300	26.900	35.000	35.900
	Totaal	38.100	40.600	41.500	51.100	52.400
Opgave	Netto	-8.060	-5.560	-4.660	4.940	6.240
	Bruto	-20.160	-17.660	-16.760	-7.160	-5.860

De samenvatting geeft aan dat in het meest gunstige scenario er netto gezien nog ruimte is voor kwantitatieve uitbreiding van het winkelaanbod. Dat wil zeggen schaalvergroting van bestaande winkels en vestiging van nieuwe winkels, tot een oppervlak van ca. 6.200 m² vwo. Indien echter ook rekening wordt gehouden met de planvoorraad en de leegstand, is er eigenlijk een herontwikkelingsopgave van ca. 5.800 m² vwo. In alle andere scenario's is deze opgave nog vele malen groter.

De navolgende grafiek geeft deze kwantitatieve ontwikkelingsopgave weer. Het zwarte kader is daarbij de bruto en netto bandbreedte in ontwikkelingsopgave. Uiterst rechts van het kader, het meest gunstige scenario, geeft aan dat een (groot) deel van de leegstand of de planvoorraad ingevuld kan worden. In het meest ongunstige scenario zal dit echter niet lukken en zal zelfs een deel van het huidige aanbod inkrimpen. Het linker vlak geeft daarin het scenario weer van de verbetering van de vloerproductiviteit.



Voorgaande geeft aan dat de opgave voor het detailhandelsaanbod in de gemeente De Bilt hoofdzakelijk een kwalitatief vraagstuk is met deels een kwantitatieve uitwerking. Gezocht moet worden naar kwalitatieve structuurverbeteringen van het bestaande aanbod. Dat wil onder meer zeggen betere en modernere winkelruimte, verplaatsing en andere locaties voor winkels, betere uitstraling en (actieve) sanering van 'slechte' winkelruimte of winkellocaties. Dit laatste is de kwantitatieve opgave. Het simpelweg toevoegen van nieuwe winkelruimte, ten behoeve van nieuwe winkels of schaalvergroting van bestaande winkels, zal daarom weloverwogen dienen plaats te vinden en bovenal gekoppeld aan herstructurering van winkelaanbod en leegstand elders in de gemeente.

Vloerproductiviteit

De detailhandel ontwikkelt zich niet goed in De Bilt, de vloerproductiviteit staat onder druk. Deze constatering komt terug in het detailhandelsbeleid en heeft ook grote invloed op de ambities om tot een toekomstbestendige detailhandel en horeca in de gemeente De Bilt te komen. Het DPO geeft helder aan hoe de vloerproductiviteit in De Bilt geïnterpreteerd moet worden. Op basis daarvan is ook een aantal scenario's geschetst. Met de blik op de ontwikkelingen in toekomst wordt geconstateerd dat vooral de lagere scenario's zijn te ambiëren om een gezond en goed functionerend detailhandelsaanbod te creëren. Er zal niet kwantitatief uitgebreid moeten worden maar er is eerder sprake van krimpen en wegnemen van plancapaciteit en/of het uit de markt nemen van vierkante meters detailhandel.

Ontwikkelruimte horeca

Voor de horeca in de gemeente De Bilt zijn geen koopstroomgegevens bekend om daarmee de ontwikkelruimte uit te rekenen. Wel is bekend dat de laatste jaren de omzetten in de landelijke horeca snel groeien, met name in de fastservice, restaurants en de hotels, in mindere mate in de drankensector. Die is sinds 2016 pas gaan groeien, na jaren van daling en stabilisatie. De groei van het metrage aan horeca is in de gemeente de laatste 10 jaar achtergebleven ten opzichte van de benchmark, het aantal vestigingen is wel gegroeid. Hieruit kan opgemaakt worden dat er ontwikkelruimte aanwezig is in de horeca, met name het aanbod aan dranken en fastservice blijft achter. Om het perspectief te schetsen voor uitbreiding van de hotelsector is een analyse noodzakelijk van de bezettingsgraden dankzij de zakelijke en de toeristische markt omdat dat de belangrijkste doelgroepen zijn.

2.4 McKinsey Rapport

In november 2016 is het McKinsey Retail Rapport 'Werk aan de winkel: de Nederlandse detailhandel in versnelling richting 2025' gepresenteerd. Dit rapport is opgesteld in opdracht van de brancheorganisatie Detailhandel Nederland en doet een aantal belangrijke constatering. Zo staat de Nederlandse detailhandel staat onder druk. Vooral in non-food staat de laatste vijf jaar de omzetgroei, winstgevendheid en offline winkelbeleving onder druk. In food zien we groei, maar staat ook de winstgevendheid onder druk. Terwijl de verkopen van de groothandel en shop-in-shop-formules tussen 2010 en 2015 daalden, zijn discount, online, biologisch, speciaalzaken, gemak en supermarkt kanalen gegroeid. In de komende jaren zullen bestaande en nieuwe trends niet alleen nieuwe kansen bieden, maar de sector en individuele retailers ook verder onder druk zetten.

Het onderzoek concludeert dat veel 'hygiënefactoren' belangrijk zijn in het maken van hun keuze waar te winkelen: een winkelcentrum moet gemakkelijk te navigeren, toegankelijk, dichtbij, schoon en goed onderhouden zijn, met een variëteit aan winkels en vriendelijk en behulpzaam personeel. Alleen als deze hygiënefactoren worden aangepakt, wat in veel winkelcentra niet het geval is, kunnen 'inspiratiefactoren' het verschil maken. De deelnemers aan onze focusgroepen noemden de volgende 'wow-factoren' voor non-food winkelcentra 1) winkeliers die net dat beetje extra doen om relevante producten en diensten aan te bieden, bijvoorbeeld hulp bij het installeren van draadloze elektronische producten 2) een uitstekende winkelervaring, zoals het in de winkel uitproberen van nieuwe producten of een feestelijk drankje in een kledingwinkel en 3) gezamenlijke evenementen of initiatieven in winkelcentra zoals bijvoorbeeld activiteiten voor kinderen, modeshows en foodmarkten.

De aantrekkingskracht van offlinewinkelgebieden kan afnemen als gevolg van vertraagde aanpassingen in vloeroppervlak ondermijnt de leegstand de aantrekkingskracht van winkelgebieden. Aangezien de winkelproductiviteit sinds 2009 daalt, verwachten we een toename van de leegstand, waardoor de aantrekkingskracht van winkelgebieden nog verder zal afnemen. Een terugkeer naar de productiviteit van 2009 vereist een reductie van de winkelruimte met 20-35% (7-9 miljoen m²) tegen 2025. Deze inschatting is gebaseerd op drie elementen: de huidige leegstand van winkelruimte (structurele leegstand 6-8%), de geplande extra capaciteit (6%) en de aanhoudende verschuiving van offline naar online (13-21%). Deze schatting ligt in lijn met de Retailagenda (een initiatief van het ministerie van Economische Zaken en belanghebbenden in de sector), waarin verwezen wordt naar 30% overcapaciteit in de markt. Terwijl de vraag naar offline winkelen in de toekomst zou kunnen stijgen, lijkt het onwaarschijnlijk dat dit de toekomstige overcapaciteit kan compenseren. Het effect van leegstand en de erosie van winkelgebieden is al groot op landelijk niveau. In sommige perifere regio's zien we de grootste effecten, gezien bevolkingsgroei in de Randstad versus de krimp op het platteland.

Terwijl de noodzaak om de winkelruimte te reduceren breed onderschreven wordt, zijn er nog steeds voorbeelden van gebieden waar nieuwe winkelruimte wordt overwogen, ondanks hoge leegstand in nabijgelegen winkelgebieden. Deze gevallen staan niet op zichzelf. In de laatste vijf jaar is ongeveer 1 miljoen m² meer winkelruimte aan de markt toegevoegd dan dat eraan is onttrokken. Tussen april 2015 en april 2016 werd, voor het eerst in tien jaar, een netto reductie van 73.000 m² winkelruimte gerealiseerd. Dat is een belangrijke eerste stap. Echter, om de overcapaciteit tegen 2025 te hebben opgelost, zal de hoeveelheid winkelruimte de komende jaren jaarlijks met het tienvoudige daarvan moeten worden verkleind.



2.5 Randstad Koopstromenonderzoek 2016

De titel van het persbericht (zie bijlage) bij de lancering van het Koopstromenonderzoek 2016 (februari 2016) spreekt boekdelen: "World Wide Web grootste winkelcentrum Randstad". Inwoners van de Randstad besteden bijna 12% van hun totale uitgaven aan producten bij webwinkels. Dit hoofdstuk bespreekt kort de resultaten van het recent uitgevoerde Koopstromenonderzoek Randstad 2016 en de relatie met de Biltse centra.

Het Koopstromenonderzoek geeft de detailhandelsontwikkelingen in 2016 weer in relatie tot de situatie in 2011 en schetst een beeld van de ingrijpende wijzigingen in het winkelgedrag en de transitie waarin de detailhandelssector als geheel zich bevindt. Duidelijk is dat de revolutionaire ontwikkelingen nog in volle gang zijn. De ruimtelijke weerslag hiervan in winkelgebieden en in de winkelstructuur als geheel volgt per definitie pas later en geleidelijk. Desondanks worden patronen van stijgers en dalers en kansrijke en kwetsbare winkel gebieden steeds duidelijker.

Het koopstromenonderzoek onderscheidt verschillende typen winkelcentra en geeft daarbij aan welke centra sterker dan wel zwakker geworden zijn. Voor De Bilt zijn twee winkelcentra uitgelicht in het onderzoek; in de bijlage zijn de factsheets voor Bilthoven Centrum en Hessenweg/Looydijk opgenomen. Het beeld dat het koopstromenonderzoek 2016 in het algemeen schetst van 'winnaars en verliezers' is als volgt.

2.5.1 Stijgers

De centra van de 4 grote randstadgemeenten (meer dan 100.000m² bvo) én de stadscentra net daaronder (tussen 60.000 en 100.000 m² bvo) zijn stijgers. Deze centra doen het relatief redelijk goed omdat er sprake is van voldoende kritische massa en aantrekkelijkheid. Bij de stadscentra is de niet-dagelijkse vloerproductiviteit gelijk gebleven en het winkelaanbod gedaald waardoor de leegstand in relatief opzicht niet enorm hard is gegroeid.

Winkelcentra uit deze twee categorieën bestaan niet in de gemeente De Bilt.

Een andere categorie die het relatief goed doet zijn de 'niet al te grote' dorpscentra (< 10.000 m² wvo) en wijkcentra (< 5.000 m² wvo). De reden hiervoor is onder meer dat de impact van webwinkels op de niet-dagelijkse sector in deze kleinere centra minder effect hebben. Het zijn veelal centra met dagelijks aanbod waar branches waarin internet een groot marktaandeel heeft (mode, elektronica, media en hobby) relatief weinig aanwezig zijn. Doordat in kleinere winkelgebieden de laatste jaren wel het dagelijkse aanbod is versterkt (veelal door schaalvergroting van supermarkten), en boodschappen in toenemende mate lokaal (kunnen) worden gedaan, hebben deze centra een goede basis. Winkelcentra Maertensplein, het Kleine Dorp en de Planetenbaan zijn centra die in deze categorie vallen.

2.5.2 Dalers

Waar het de dalers betreft gaat het om de 'middelgrote centra' met een aanbod tussen de 10.000 m² en de 40.000 m². De bestedingen per m² wvo zijn in de dagelijkse, en vooral in de niet-dagelijkse sector sterk gedaald en komen rond het niveau van dorpscentra te liggen.

Dit komt doordat deze centra:

- Niet over de kritische massa beschikken die de grote centra wel hebben
- Deze middelgrote centra een type niet-dagelijks winkelaanbod hebben dat ook sterk bij webwinkels vertegenwoordigd is. In tegenstelling tot de grote en de kleine centra hebben de 'internetgevoelige' niet-dagelijkse branches de overhand in het aanbod. Middelgrote centra ondervinden daardoor meer concurrentie van webwinkels
- Op dit moment heeft deze daling van de vloerproductiviteit zich in deze centra nog niet vertaald in een vermindering van winkelaanbod waardoor er dus nog geen sprake is van grote leegstand. In algemene zin is in de groep middelgrote centra nog verdere verslechtering te verwachten.

De winkelcentra Bilthoven Centrum en Hessenweg/Looydijk zijn twee Biltse centra die in deze categorie vallen.

Een andere categorie dalers zijn de groep stadsdeelcentra en grotere Wijkcentra. De problematiek van deze centra is vergelijkbaar met die van de middelgrote centra. Deze groep ondersteunende winkelgebieden (groter dan 10.000 m² wvo) is in oppervlak vergelijkbaar met de middelgrote centra. De daling van de vloerproductiviteit is echter groter, zelfs in de dagelijkse sector, die gemiddeld genomen toch op een hoger niveau functioneert dan in 2011. Grotere wijk- en stadsdeelcentra vormen daarmee de tweede categorie dalers. Wat mogelijk extra bezwarend voor deze groep centra werkt, is dat het in nagenoeg alle gevallen planmatig ontwikkelde centra zijn die veelal minder geschikt zijn voor flexibel gebruik en gemiddeld genomen ook een minder aantrekkelijke verblijfsruimte bieden.

Deze centra bestaan niet in de gemeente De Bilt.

De laatste categorie dalers is de groep centra van 40.000 tot 60.000 m² wvo. In economisch functioneren lijken deze centra sterk op de centra met 60.000 tot 100.000 m² wvo, maar de leegstand is in deze groep kleinere stadscentra/grotere middelgrote centra veel sterker toegenomen en de daling in vloerproductiviteit was groter. Dit zijn signalen die er op kunnen duiden dat de centra de verkeerde kant op vallen. Sommige centra in deze groep zullen (al of niet door forse ingrepen) mogelijk stand weten te houden, andere zullen naar verwachting tot de groep dalende middelgrote centra toetreden.

Deze centra bestaan niet in de gemeente De Bilt.

Het koopstromenonderzoek stelt dat zowel op het niveau van de winkelstructuur als binnen winkelgebieden ingrijpende en soms pijnlijke keuzes, kostbare investeringen en complexe transitieopgaven onafwendbaar zijn. Naast ruimtelijke en economische opgaven en uitdagingen heeft de sector ook zijn bredere maatschappelijke betekenis in termen van ontmoeten en beleven, identiteit en leefbaarheid en verkeer en milieu. Het KSO 2016 biedt overheden en marktpartijen, voor de discussie en afwegingen daarover, een stevig fundament.

2.5.3 Factsheets gemeente De Bilt Koopstromenonderzoek

Hier volgt de factsheet met de resultaten uit het koopstromenonderzoek 2016 voor de gemeente De Bilt. In de bijlage zijn de factsheets voor Centrum Bilthoven en Hessenweg/Looydijk opgenomen.



Consumentenbestedingen detailhandel

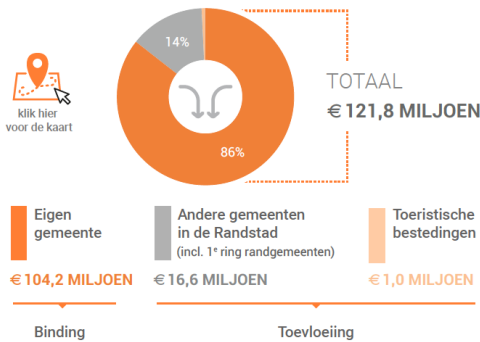
Inwoners: **42.400**

Benchmark: **GEMEENTEN 35.000 - 50.000**

Dagelijkse artikelen

(zoals levensmiddelen en drogisterijartikelen)

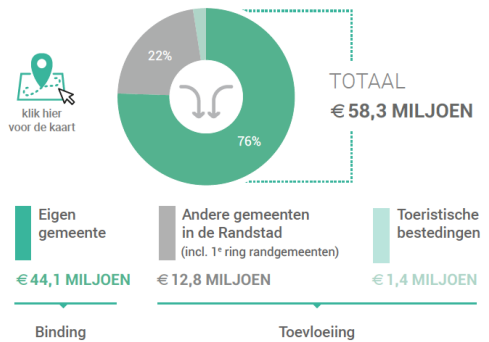
Waar komen bestedingen in de gemeente vandaan?



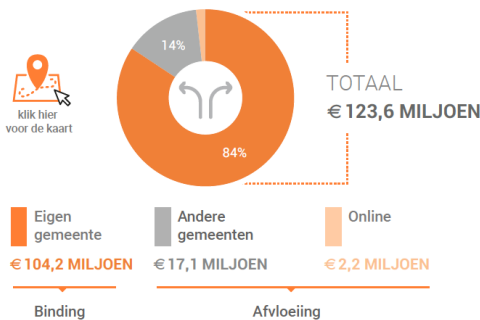
Niet-dagelijkse artikelen

(zoals mode & luxe, vrije tijd en in en om het huis)

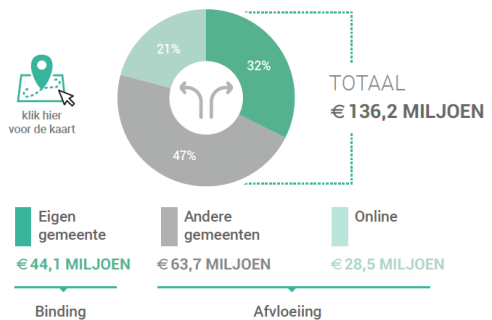
Waar komen bestedingen in de gemeente vandaan?



Waar gaan bestedingen van inwoners naar toe?



Waar gaan bestedingen van inwoners naar toe?



Vergelijking	gemeente 2016	gemeente 2011	benchmark 2016
Koopkrachtbinding	84%	75%	87%
Afvloeiing offline	14%	24%	11%
Afvloeiing online	2%	1%	1%
Aandeel toevoeiing in totale bestedingen*	14%	14%	13%

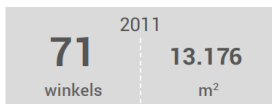
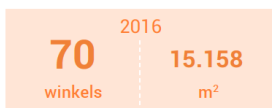
* (excl. toeristische bestedingen)

Vergelijking	gemeente 2016	gemeente 2011	benchmark 2016
Koopkrachtbinding	32%	33%	41%
Afvloeiing offline	47%	58%	38%
Afvloeiing online	21%	8%	21%
Aandeel toevoeiing in totale bestedingen*	23%	24%	40%

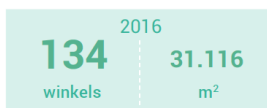
* (excl. toeristische bestedingen)

Winkelaanbod (Bron: Locatus)

Dagelijkse artikelen



Niet-dagelijkse artikelen

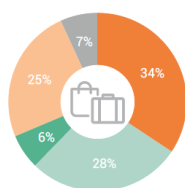


Leegstand

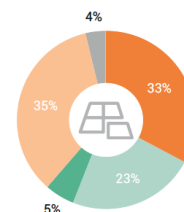


Leegstandspercentage: leegstand / (totale winkelaanbod + leegstand)

Verdeling winkels naar branche



Verdeling m² naar branche



Vergelijking

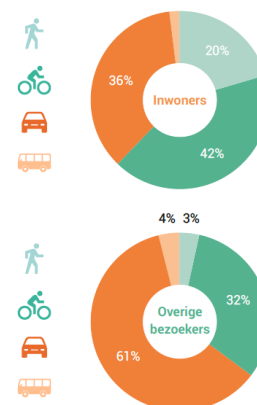
		gemeente 2016	gemeente 2011	benchmark 2016
	Aantal winkels per 1.000 inwoners	1,7 (Dagelijkse artikelen)	1,7	1,5
	Aantal winkels per 1.000 inwoners	3,2 (Niet-dagelijkse artikelen)	3,6	3,6
	Aantal winkelmeters per 1.000 inwoners	358 m² (Dagelijkse artikelen)	313 m ²	362 m ²
	Aantal winkelmeters per 1.000 inwoners	734 m² (Niet-dagelijkse artikelen)	795 m ²	1.165 m ²

Waardering en vervoermiddel

Rapportcijfers winkelvoorzieningen

	inwoners	overige bezoekers	totaal	benchmark
Totaal oordeel	7,5	7,7	7,5	7,7
Winkelaanbod	7,1	7,5	7,2	7,4
Sfeer en uitstraling	6,8	7,4	6,9	7,3
Veiligheid	7,8	7,8	7,8	7,7
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	7,4	7,7	7,5	7,7
Parkeermogelijkheden auto	7,5	7,8	7,6	7,9
Parkeertarieven auto	9,0	8,7	9,0	8,3
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	7,7	7,8	7,7	7,7
Bereikbaarheid per auto	8,1	8,2	8,1	8,2
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	7,2	7,5	7,3	7,0
Bereikbaarheid per fiets	8,7	8,4	8,7	8,5
Horeca-aanbod	6,8	7,3	6,9	7,0
Evenementen	5,8	5,9	5,9	6,3
Faciliteiten <small>bijvoorbeeld wc, wifi, afhaalpunt, bankjes</small>	5,8	6,5	5,8	6,3

Vervoermiddel



De nieuwe cijfers van het koopstromenonderzoek 2016 waren nog niet beschikbaar ten tijde van het distributie planologisch onderzoek. De feiten geven een actuele indicatie, ze zijn namelijk op het hogere schaalniveau van de totale Randstad uitgevoerd. In de dagelijkse sector van de gemeente De Bilt blijkt de binding conform het landelijke beeld te zijn gegroeid maar ligt nog onder de benchmark, de toevloeiing is stabiel. In de niet-dagelijkse sector zijn zowel de binding als de toevloeiing stabiel en liggen beide beduidend onder het niveau van de benchmark.

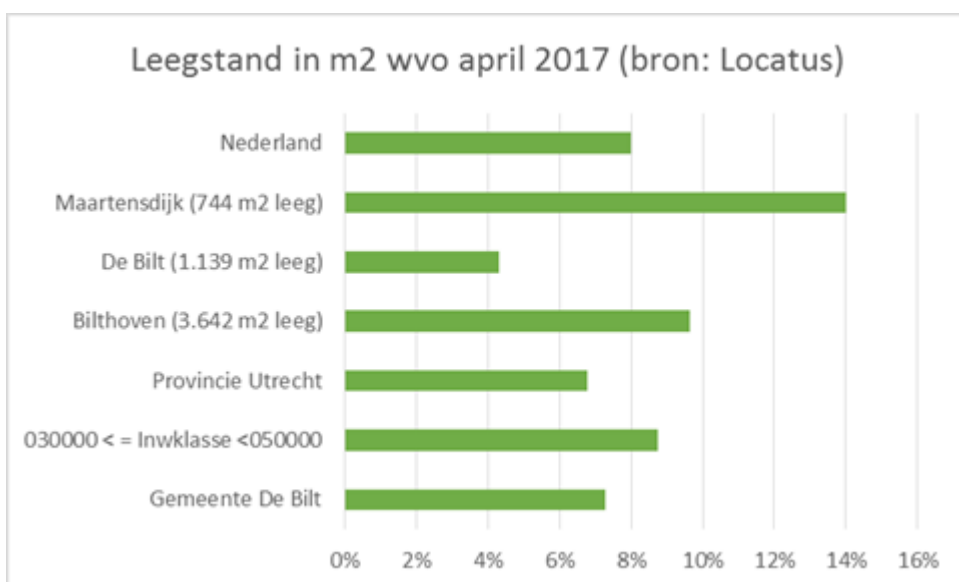
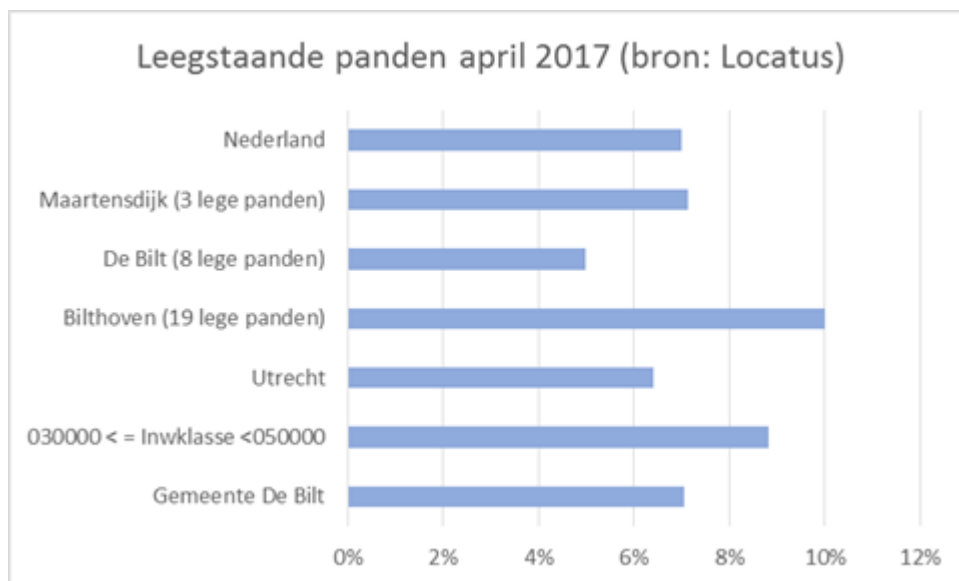
Doorvertaling naar de winkelgebieden

Uit de factsheets in de bijlage blijkt dat in de dagelijkse sector de omzet per m² wvo aan de Hessenweg / Looydijk veel hoger ligt dan in Bilthoven-centrum: € 9.364 tegen € 6.636 per m² wvo. Tussen 2011 en 2016 is de dagelijkse omzet aan de Hessenweg / Looydijk met € 4,2 miljoen gestegen, en in Bilthoven-centrum met slechts € 0,3 miljoen. Dat heeft ermee te maken dat de dagelijkse sector in De Bilt-centrum vernieuwd is hetgeen in Bilthoven-centrum achter is gebleven. De supermarkten in Bilthoven-centrum hebben er ook een nabij gelegen concurrent bij gekregen in de vorm van de Hoogvliet. Hierdoor zijn verschuivingen opgetreden in de oriëntatie van de inwoners op de winkelgebieden: met een groei van De Bilt-centrum ten koste van Bilthoven-centrum. Dit beeld wordt bevestigd door de openingstijden van de supermarkten die in De Bilt 's-avonds en op zondag veel ruimer zijn dan in Bilthoven-centrum.

In de niet-dagelijkse sector is een tegengestelde beweging zichtbaar. Bilthoven-centrum functioneert beter: € 2.651 per m² wvo tegenover € 1.648 per m² wvo aan de Hessenweg / Looydijk. In Bilthoven-centrum is de omzet tussen 2011 en 2016 met € 2,3 miljoen gestegen, en in De Bilt-centrum met € 2,6 miljoen gedaald. Dat zal te maken hebben met de grotere kritische massa van de niet-dagelijkse sector in Bilthoven-centrum, de impuls aan de Julianalaan en omgeving, en de kwaliteit van het aanbod aldaar: in Bilthoven beslaat de niet-dagelijkse sector ruim de helft van de detailhandelsomzet in het centrum, in De Bilt is dat maximaal 20%. Met uitzondering van het project Herenplein met de Hema is de vernieuwing van de niet-dagelijkse sector in De Bilt-centrum beperkt gebleven.

2.5.4 Actuele leegstand

Benchmark leegstand (definitie Locatus: netto leegstand)



De leegstand in de gemeente De Bilt is afgezet tegen die van woonplaatsen in de omvangcategorie 30.000 tot 50.000 inwoners en de provincie. De leegstand is 7% in verkooppunten en vierkante meters en ligt op een redelijk gemiddeld niveau. Het cijfer is berekend aan de hand van de Locatus-definitie. Niet alle leegstand wordt toegerekend aan de detailhandel omdat die ook betrekking kan hebben op andere functies zoals horeca en diensten.

De actuele cijfers van de leegstand zijn van belang, zeker als er een overschot aan vierkante meters geconstateerd wordt zoals in het DPO 2016. De leegstand in de gemeente is afgenomen ten opzichte van het DPO, van 37 naar 30 panden, en van 7.161 m² wvo naar 5.525 m² wvo. Binnen de gemeente is een verschuiving zichtbaar: op woonplaatsniveau is de leegstand in Bilthoven sterk gegroeid, en in De Bilt gedaald.

2.5.5 Doorvertaling van de analyses en de ontwikkelruimte voor de winkelgebieden

De conclusies van het DPO zijn duidelijk. In de gemeente De Bilt is er nauwelijks kwantitatieve ontwikkelruimte om extra vierkante meters toe te voegen. Als er al extra vierkante meters worden toegevoegd, dan zal goed aangetoond moeten worden dat de verwachte invulling leidt tot een kwaliteitsimpuls waarmee de koopkrachtbinding structureel wordt verhoogd. Het inspelen op het veranderende consumentengedrag en op de beleving en de verblijfskwaliteit zijn daarbij leading.

De bevindingen van McKinsey zijn ook helder: inzetten op een reductie van 20-35% van de vierkante meters richting het jaar 2025.

Op basis van de landelijke omzetten in de niet-dagelijkse sector die onder druk staan en de kwetsbare positie van de middelgrote centra is het belangrijk om prioriteiten te stellen. De boodschap van McKinsey versterkt dat advies. Toevoeging van vierkante meters ligt niet voor de hand, de nadruk ligt op optimalisatie, verplaatsing, structuurversterking, sanering van (onbenutte) capaciteiten en het terugdringen van de leegstand. De opgave luidt om keuzes te maken in de detailhandelsstructuur en met name in te zetten op een beperkt aantal sterke winkelgebieden.

3 Huidige winkelgebieden

3.1 Inleiding

Er zijn in het proces richting deze nota bilaterale gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de winkelcentra in de gemeente. Dit hoofdstuk bevat een weergave van deze gesprekken en de belangrijkste conclusies, aandachtspunten en verbeterpunten die voor deze winkelcentra van belang worden geacht. Dit hoofdstuk begint met een SWOT-analyse waarin de sterktes, zwakten, kansen en bedreigingen per winkelgebied zijn opgenomen. Deze SWOT is gebaseerd op de gesprekken met de vertegenwoordigers van de winkelcentra. Vervolgens wordt per winkelcentrum meer tekst en uitleg gegeven.

3.2 SWOT-analyse winkelcentra gemeente De Bilt

[foto/afbeelding plaatsen]

	Sterkte	Zwakte	Kansen	Bedreigingen	Wensen voor gemeentelijk beleid
Algemeen/ Gemeentebreed	?	-Geen uitgesproken profiel	-Samenwerking -Meer omzet uit de regio -Vergroten van de taart	-Utrecht, Hilversum, Zeist -Te veel nieuwe m ²	-Geen enkele m ² meer toevoegen -Niet de Driehoek ontwikkelen -Benut leegstandsverordening
Drie hoofdwinkelcentra					
Centrum Bilthoven	-Aantrekkelijk verblijfsklimaat Julianalaan	-Onzekerheid over de Kwinkelier -Gebrek aan samenwerking	-(Impuls)aankopen van reizigers -Benutten bronpunten en loopstromen -Verhogen organisatiegraad -Verbeteren verblijfsklimaat Kwinkelier -Compact en betere ontsluiting -woningbouw op plek Kwinkelier	-Stagnatie Kwinkelier -Bereikbaarheid, evenwichtige parkeerbalans en parkeren bij bronpunten	-Wel concentreren, niet versnipperen -Niet de Plus uitbreiden -Betrokkenheid bij besluitvorming -Tenminste 20.000 m ² voor een goed functionerend non-food centrum -Kort parkeren op de Driehoek, geen winkels, tenzij horizontale verschuiving
Hessenweg/Looydijk	-Zichtbaarheid -Sterk op dagelijks aanbod -Focus op Veemarkt en Utrecht	-Parkeren -Uitstraling	-Strakkere organisatiegraad -Benutten life science as en USP -Verbeteren verblijfskwaliteit -Centrummanagement en gesprek met de gemeente -Rode loper ipv ivoren toren	-Label evenwicht -Parkeren -Leegstand -Belangenverstrengeling -Laden/lossen	-Wel concentreren, niet versnipperen -Meer aandacht voor oplossen problemen in brede zin -Betere verdeling van gemeentelijke middelen -Verkeer verdelen, Asserweg aanleggen en verblijfskwaliteit verbeteren
Maartensplein	-Weinig ketens -Specialisten en regionale trekkers -Sterk op dagelijks	-Parkeren -Verzorgingsgebied qua woningen beperkt -Leegstaande kassen	-Meer woningen in Maartensdijk -Meer parkeren toevoegen -Benutten klantbehoefte	-Stilstand is achteruitgang	-Parkeren oplossen -Meer woningen bouwen in maartensdijk
Overige centra					
Planetenbaan	-Vrij compleet aanbod -Sterke supermarkt	-Geen full-service supermarkt en drogist -Versnipperd eigendom -Slechte uitstraling buitenkant	-Verbeteren samenwerking eigenaren -Centrumfonds invoeren -Benutten kansen Lichtruim en weekmarkt	-Leegloop -We willen niet weggejaagd worden	-Als gemeente besluit tot concentreren wil planetenbaan wel geholpen worden bij transformatie. -Ook de profiterende centra moeten bijdragen
Oude Dorp De Bilt	-Gemengd, creatief, onderscheidend -Binding met de buurt en omgeving -Aantrekkingskracht	-Van buiten is niet te zien wat er binnen gebeurt, uitstraling kan beter. -Geen trekker -Parkeren -Rotte appels	-Beter parkeren -Sleutelpanden verbeteren -Vastgoedeigenaren activeren -Utrecht Science Park	-Verkeers- en parkeerdruk -Neerwaartse spiraal door rotte appels	-Laat ons onze gang gaan maar help met verkeer en parkeren -Jaar- / maandmarkt organiseren
Het Kleine Dorp	-Vaste klanten -Voorziet in de behoefte	-Onvoldoende massa -Parkeren	-Inspelen op trends in retail (gemak en ontzorgen naar de klant brengen) -Parkeerruimte verbeteren	-Bouw supermarkt op de driehoek	-Ontwikkel geen supermarkt op de driehoek
PLUS	-Voorziet in behoefte van voorzieningen in de wijk	-Te klein om concurrentieslag te volgen	-Meegroei met de markt. -Betere voorzieningen aanbieden aan de wijk	-Bouw supermarkt op de driehoek -Hoogvliet/Action -Parkeren	-Ontwikkel geen supermarkt op de driehoek
Overige locaties	Niet gesproken

3.3 Centrum Bilthoven

Bilthoven Centrum is een hoofdwinkelgebied met een aantrekkelijk verblijfsklimaat en een vanuit het winkelcentrum onderbenutte knooppuntfunctie. De nadruk ligt op een dagelijks en niet- dagelijks aanbod voor boodschappen en thematisch/recreatief winkelen. Het centrum heeft voor een goed functioneren belang bij concentratie van detailhandel en horeca in de kernen en het voorkomen/bestrijden van versnippering daarbuiten.

Het streven voor Bilthoven-centrum is een compact winkelcentrum met gemakkelijke bereikbaarheid voor zowel auto, fiets en te voet. Het ontbreekt nu aan goede loopstromen met goede doorbloeding vanaf meerdere bronpunten. Aandacht voor het verblijfsklimaat in de openbare ruimte en de menging van de functies winkelen, horeca en (publieke)diensten moet hieraan bijdragen.

In Bilthoven Centrum ontbreekt een goede organisatiegraad (ook met de gemeente) om te acteren op veranderingen. Woningbouw op de plek van de huidige Kwinkelier en inkrimping van het centrum tot een centrum met een nadruk op dagelijks aanbod wordt door de ondernemers als kans gezien.

Belangrijk in de detailhandel is een onderscheidend vermogen. Voor de mindset van de consument, maar ook voor een goed onderscheid tussen onze centra. Ondernemers in Bilthoven Centrum willen een kwalitatief goed, gevarieerd en compleet aanbod in dagelijks met voldoende vers bieden; met daarbij een gevarieerd aanbod in niet-dagelijks met enkele bijzondere trekkers met autonome aantrekkingskracht, dus waar consumenten speciaal voor naar Bilthoven Centrum komen.

Aandachtspunten:

- Parkeerverdeling (bronpunten, voldoende aanbod en voldoende traffic winkels)
- Belangen ondernemers in het tot stand komen inrichtingsplan
- Behoud mogelijk parkeren bij ontwikkelen van de Driehoek

3.4 Hessenweg/Looydijk De Bilt

Hessenweg/Looydijk is een gemakscentrum met een goede (auto)bereikbaarheid, zichtbaarheid en voldoende parkeergelegenheid. De nadruk ligt op een compleet dagelijks aanbod voor boodschappen doen en doelgerichte aankopen in speciaalzaken. Bij dit centrum staat de mobiliteit onder druk. Er is onvoldoende organisatiegraad.

Herontwikkeling van de Molenkamp biedt ook een kans waar het winkelcentrum Hessenweg/Looydijk zichzelf kan onderscheiden. Bedreiging vormt het labiele evenwicht op de Hessenweg/Looydijk. Er hoeft maar iets te gebeuren en de balans kan de verkeerde kant op doorslaan en er ontstaat een negatieve spiraal. Er is fors risico op afvloeiing van koopstromen. Het is een kwetsbaar winkelcentrum.

Aandachtspunten:

- Het centrum faciliteert de consument onvoldoende en kan een lichte horecavoorziening gebruiken om de verblijfskwaliteit te vergroten. Het moet aantrekkelijk worden op de Hessenweg/Looydijk. Op dit moment kun je nergens een bak koffie en een broodje kopen. Een vergader-ontmoetingsfaciliteit is er ook niet.
- Toevoeging van meer vierkante meters in de food elders in de gemeente gaat direct ten koste van de situatie op de Hessenweg/Looydijk. Dat is niet wenselijk.
- Ondernemers benoemen het uitgaan van de eigen kwaliteit als belangrijk. Met name op food is Hessenweg/Looydijk een sterk centrum. Daar wil men zich op blijven ontwikkelen.

3.5 Maertensplein Maartensdijk

Het Maertensplein is een dorpscentrum met verzorgingsfunctie voor Maartensdijk en omliggende kleine kernen maar het trekt ook 'bestemmingsverkeer' vanuit de brede regio. De nadruk ligt op het dagelijkse winkelaanbod voor het doen van boodschappen. Dit centrum is goed gevuld en functioneert goed. De dorpse uitstraling en de gemoedelijkheid dragen daar aan bij. Het is een winkelcentrum vrijwel zonder ketens maar met allemaal zelfstandigen. Mede doordat het centrum veel klanten vanuit de regio ontvangt is er sprake van stevige parkeerdruk. De supermarkt functioneert goed en ook de organisatiegraad in het centrum is hoog. De openbare ruimte en het plein zien er kwalitatief goed uit.

De kern Maartensdijk bevindt zich qua verzorgingsgebied aan de ondergrens voor een gezond winkelcentrum. Mede door de kwaliteit van de zittende ondernemers die ook regionale aantrekkingskracht hebben kan het centrum goed functioneren.

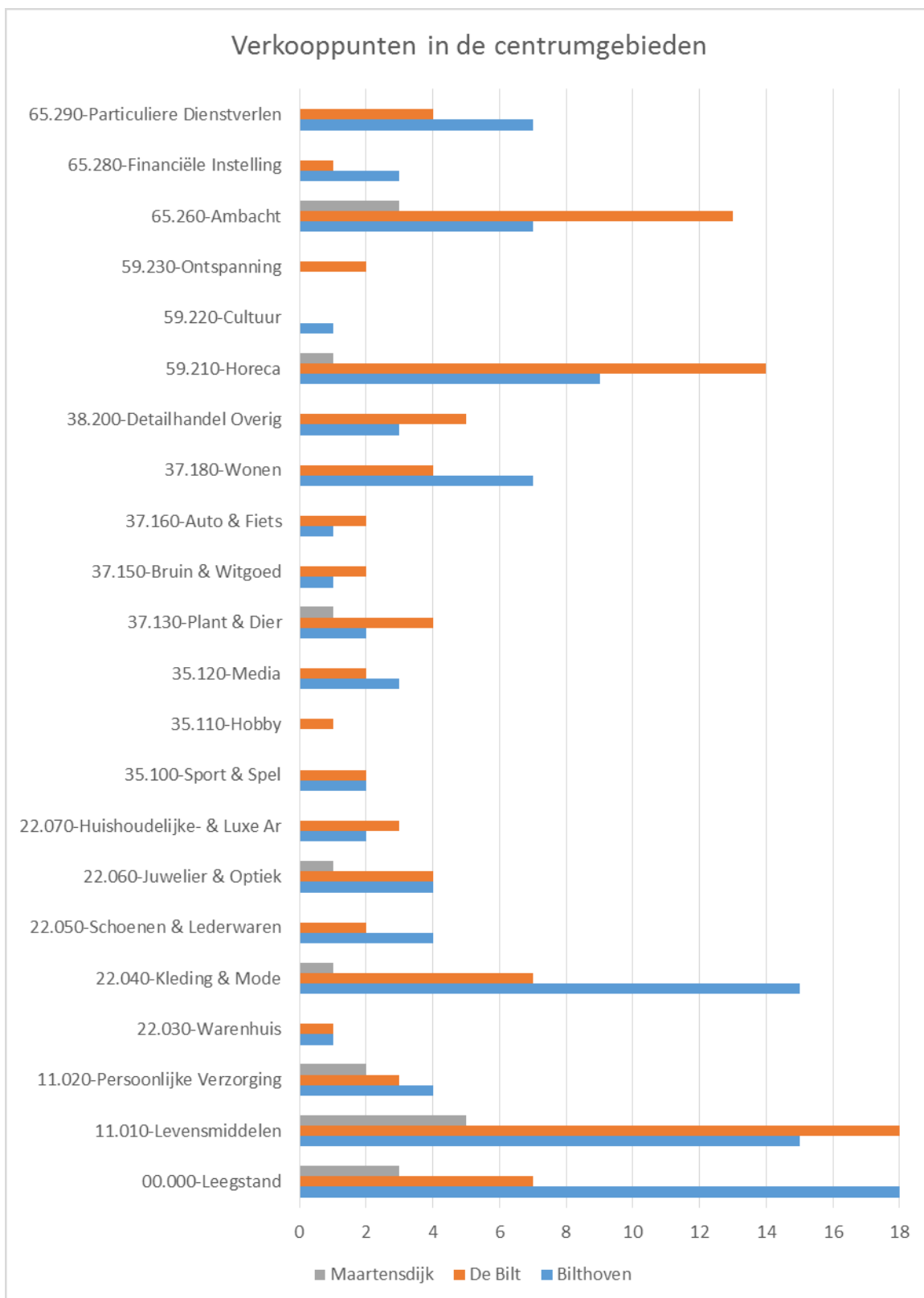
Uit gesprek met de winkeliers komt aan aantal aandachtspunten en wensen naar voren:

- Parkeren is krap en moet verbeterd worden, evenals de bereikbaarheid.
 - er moeten meer woningen gebouwd worden in Maartensdijk, dat is ook van belang voor de vitaliteit van het dorp en het centrum. Anders zal het centrum achteruit gaan op de lange termijn.
 - Enige assortimentsverbreding kan goed op het Maertensplein, extra vierkante meters is daarentegen niet wenselijk.
 - Het centrum zal in moeten spelen op de klantbehoefte en de regionale aantrekkingskracht waar moeten maken; vanuit food gebeurt dat en is dat eenvoudiger, vanuit non-food is dat moeilijker en gebeurt het ook minder. Dat zien de ondernemers als een risico.
 - Het centrum is op zoek naar specialisten en meer kwaliteit en beleving. Enige lichte horeca (ondergeschikt, koffiecorner, thee, taart etc.) kan daar aan bijdragen.
- Het centrum moet wel met de tijd mee gaan.

3.6 Vergelijking van de hoofdwinkelcentra

Op basis van de actuele gegevens wordt de branchering in de drie hoofdwinkelcentra vergeleken.

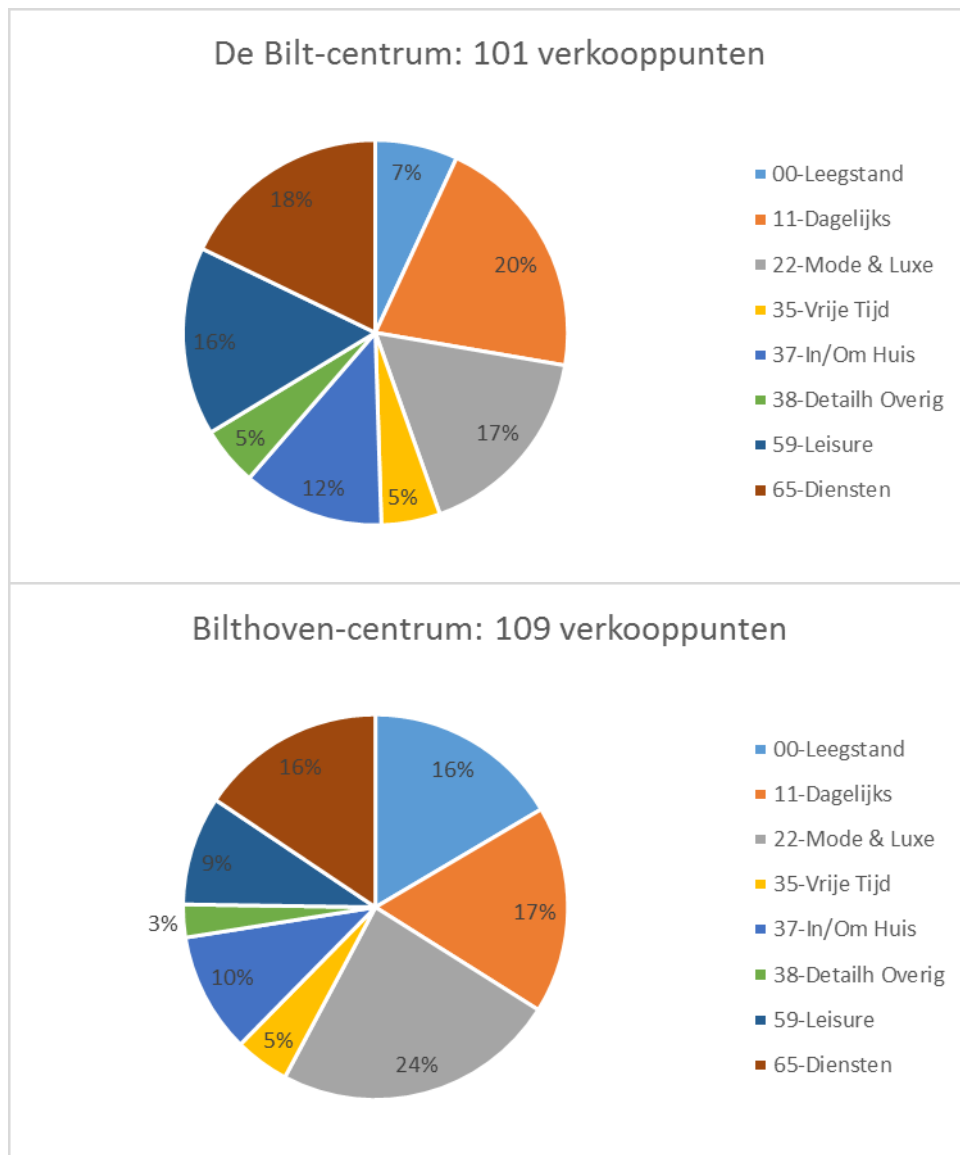
Verkooppunten



Over de verkooppunten kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Bilthoven scoort hoger op leegstand, kleding-mode, wonen, financiële en particuliere diensten;
- De Bilt scoort hoger op Levensmiddelen, Plant & Dier, horeca en ambacht;
- In Maartensdijk blijft het aanbod grotendeels beperkt tot dagelijkse winkels en ambachten.

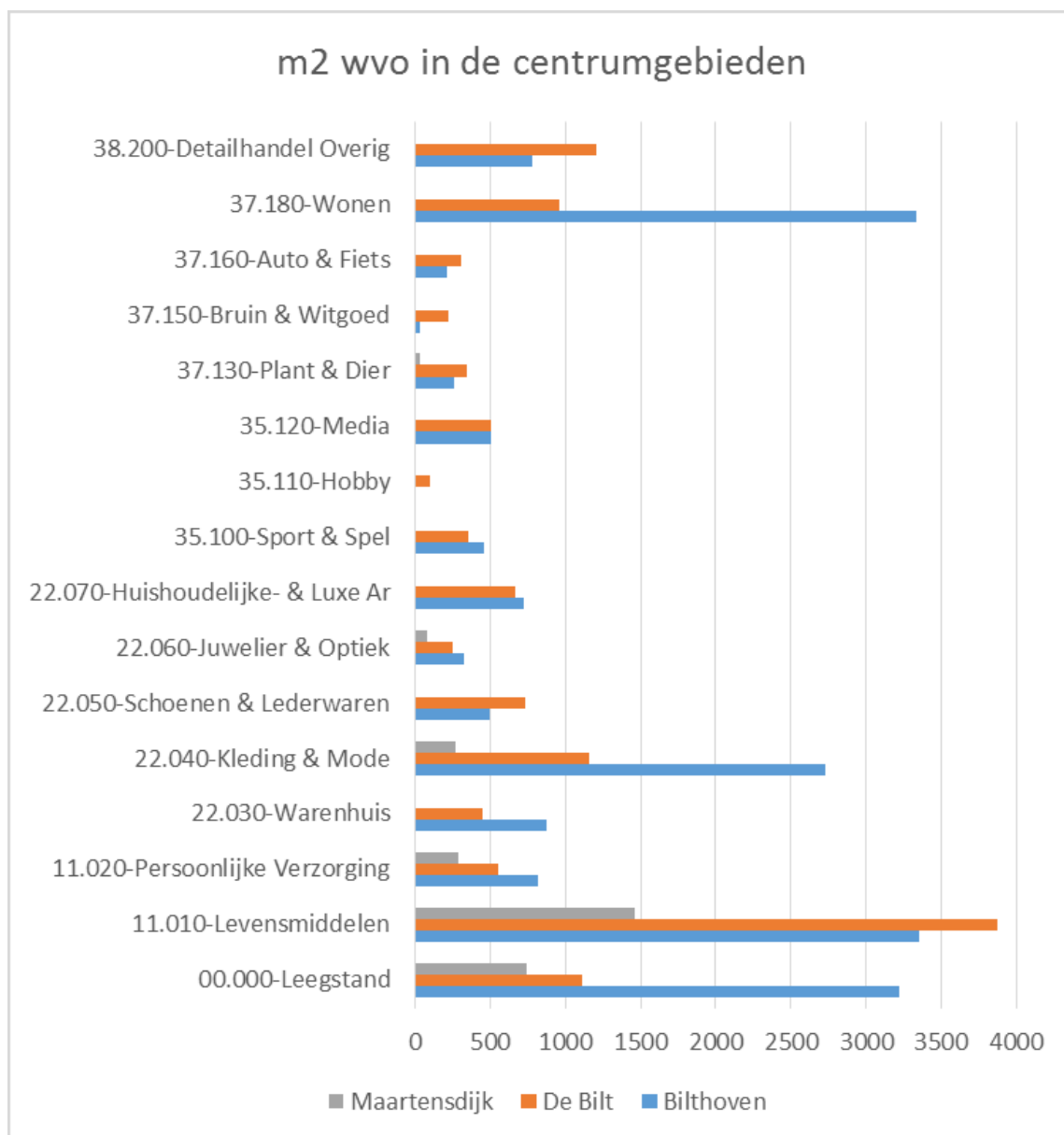
Worden de twee grote hoofdwinkelcentra geanalyseerd op branchegroep-niveau, dan blijkt het volgende:



Het aantal verkooppunten ligt in beide centrumgebieden ongeveer gelijk rond de 100 tot 110. Het aandeel leegstaande panden is in Bilthoven bijna tweemaal zo hoog. Het aandeel Mode-luxe ligt in Bilthoven-centrum hoger, in De Bilt is dat het aandeel Leisure (horeca, cultuur, ontspanning). De overige branchegroepen wijken onderling niet zoveel af.

M² wvo in de centrumgebieden

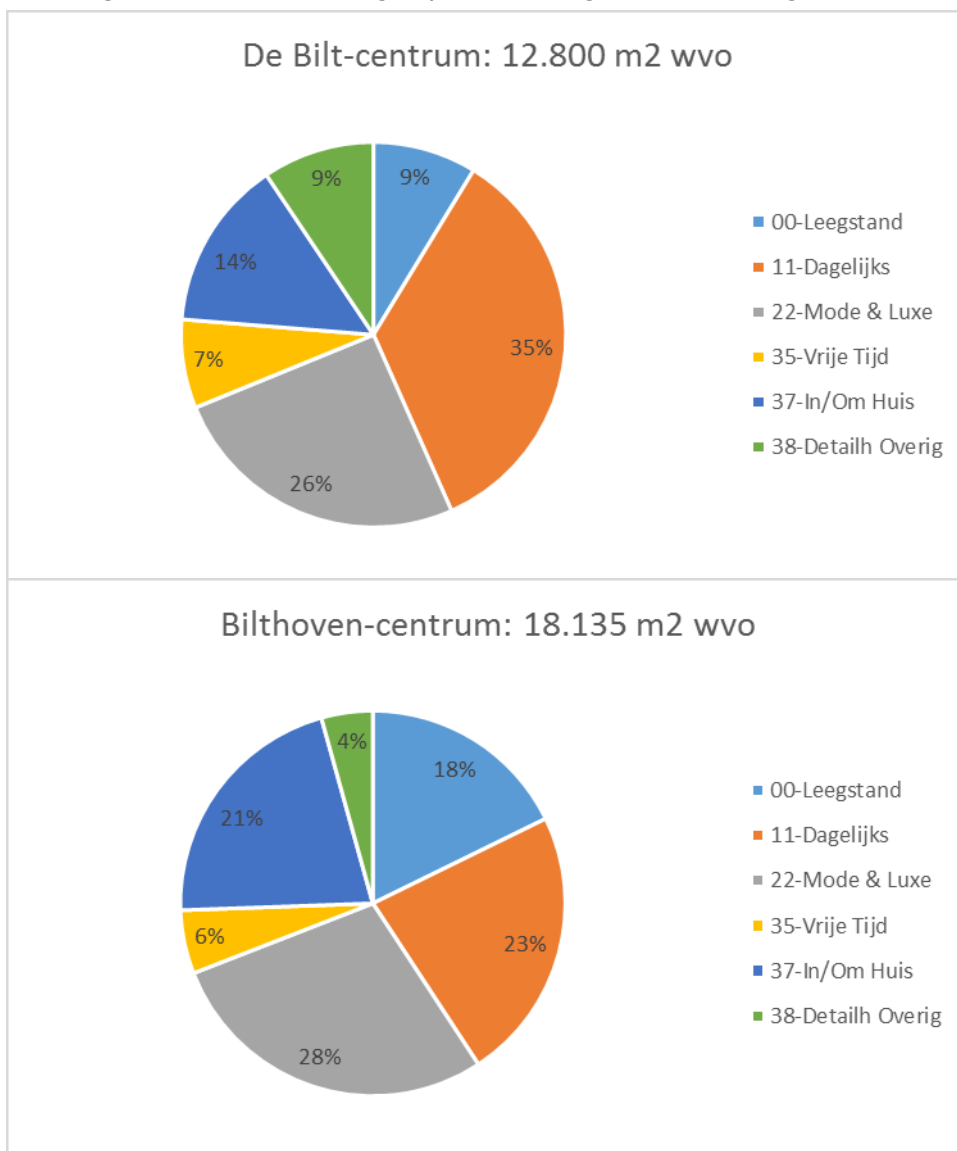
De drie centrumgebieden worden ook vergeleken op de vierkante meters.



Conclusies:

- Bilthoven-centrum scoort alleen hoger op leegstand, warenhuis, kleding-mode en wonen
- Alle overige branches scoren de beide winkelgebieden ongeveer gelijk.
- De Bilt scoort hoger op levensmiddelen, schoenen-lederwaren en overige detailhandel

Verdeling m² wvo naar branchegroep in de twee grootste centrumgebieden



Bilthoven-centrum is qua metrage circa 50% groter dan De Bilt-centrum. Bij een ongeveer gelijk aantal verkooppunten betekent dat de gemiddelde winkelomvang in Bilthoven ook ongeveer 50% groter is. De Bilt heeft gemiddeld een relatief normale schaal met 195 m² wvo per winkel (exclusief leegstand). In Bilthoven is dat 233 m² wvo per winkel, met name door de zeven woonwinkels met een totale omvang van 3.300 m² wvo: gemiddeld 475 m² wvo per winkel.

Het bruto aandeel leegstaande vierkante meters wvo (lege metrage gedeeld door totale detailhandelsmetrage inclusief leegstand) is in Bilthoven met 18% tweemaal zo hoog dan in De Bilt (9%). De Bilt kent een hoger aandeel dagelijks metrage (35% tegen 23% in Bilthoven). Bilthoven-centrum kent een opvallend hoog aandeel In/Om Huis met 21%, tegen 14% in De Bilt. In De Bilt is het aandeel overige detailhandel groter.

Branchering kwalitatief en filialisering in de centrumgebieden

De segmentering kan beoordeeld worden op basis van de aanwezige retailformules in de beide centrumgebieden.

Formules centrum De Bilt	Formules beiden	Formules centrum Bilthoven
<ul style="list-style-type: none">• Bart Smit• Cigo• Dirk• Domino's Pizza• Etos• Eye Wish• Gall & Gall• Libris• New York Pizza• Read Shop• Scapino• Schoonenberg• Wereldwinkel• Wibra• Zeeman	<ul style="list-style-type: none">• Albert Heijn• Blokker• EkoPlaza• Emmaus• Hema• Kruidvat• Profile	<ul style="list-style-type: none">• ABN AMRO• Aldi• Anna van Toor• Beter Horen• Bruna• Charles Vögele• Da + Mooi• Go Sport• Hans Anders• Hunkemöller• ING• Intertoys• Keurslager• Kwalitaria• Leonidas• Oogwereld• Primera• Rabobank

In beide centrumgebieden blijft de filialiseringgraad iets achter bij soortgelijke centrumgebieden: namelijk 36% in Bilthoven-centrum en 39% in de Bilt-centrum. Landelijk bedraagt dit aandeel in de grote kernverzorgende centra 41% (bron: Retail Facts 2017, Locatus).

Bekende formules als Albert Heijn, Blokker, Hema, Ekoplaza en Kruidvat komen in de beide centra voor. In De Bilt-centrum zijn weinig modeketens gevestigd, behalve in het lagere segment zoals Scapino, Wibra en Zeeman. De meeste andere branches kennen formules in de dagelijkse sector (prijsvriendelijke supermarkt, drogisterij, tabak, slijterij), speelgoed, media en overig (gehoor, optiek). Het zijn over het algemeen wat meer formules gevestigd in het midden en lagere segment.

Bilthoven-centrum heeft drie bankfilialen, enkele modeformules (Vögele, recente doorstart), Anna van Toor, Hunkemöller), tabak, bonbon-winkel, drogisterij-parfumerie, speelgoed, media, sport, gehoor en optiek. Over het algemeen is de segmentering gemiddeld hoger dan in De Bilt-centrum.

Deze analyse is aanvullend op het aanbod zelfstandig ondernemers die verdeeld zijn over Bilthoven-centrum en de Bilt-centrum. Alleen bakkerij Krijger in beide winkelgebieden gevestigd, alle overige zelfstandige winkels voeren een andere naam maar kunnen wel van dezelfde ondernemer zijn. Zij zullen zich wat uitdrukkelijker op het hogere, midden- of lagere segment richten dan de landelijke formules. De grote vestigingen zijn:

- Bilthoven-centrum: in de mode PDoek, Duetz en Donelli, de woninginrichting Morpheus, Veldhoven Interieurs en van de Pol, in de horeca PK en enkele speciaalzaken;
- De Bilt Hessenweg / Looydijk: hier zijn de speciaalzaken kleiner. Bekende namen zijn Berg & Berg wonen, Kooklust, Freewear mode en enkele speciaalzaken.

3.7 Overige locaties

3.7.1 Planetenbaan Bilthoven

Op langere termijn een transformatie naar andere voorzieningen (zorg, maatschappelijk). Behoud van een solitaire supermarkt is voor dit centrum een cruciale succesfactor. Het is een buurtverzorgend centrum maar trekt ook klanten uit Utrecht en Groenekan. Het centrum vindt het niet leuk om te horen dat het 'afgeschreven' wordt.

Het centrum is erg gedateerd en teveel naar binnen gericht; met name de buitenschil moet opgeknapt en verbeterd worden geven de ondernemers aan.

- Het centrum heeft 'last' van versnipperd eigendom. Dat maakt het lastig iets te ondernemen. De VvE van winkels en de VvE van woningen hebben andere belangen.
- Als het centrum op de lange termijn wil overleven dan zal het een breder aanbod moeten realiseren voor de consument.
- Men is geïnteresseerd in de methodiek van de Centrumfondsen; dit kan interessant zijn voor winkelcentrum Planetenbaan
- Er is over het algemeen voldoende parkeerruimte, behalve wanneer er markt is
- Het is moeilijk om de meerwaarde van de weekmarkt en van het nabijgelegen lichtruim te benutten
- Er is momenteel geen leegstand, en er is voldoende aanbod in het dagelijkse segment.
- Het is een kwetsbaar winkelcentrum en het loopt risico op een leegloop.

De winkeliers willen niet 'weggejaagd' worden en het centrum vervult nu wel degelijk een functie in de gemeente en voor de wijk. Daarnaast is de onzekerheid waar het centrum in verkeert niet positief. Probeer niet te snel te bulldozeren maar heb aandacht voor de hiërarchie; buurtcentra vervullen ook een functie. Het is onmenselijk om tot uitroken over te gaan; er blijven dan immers 10 ondernemers met grote problemen achter, dat kan niet de bedoeling zijn. Als dat toch het beleid wordt dan zal de gemeente wel een handreiking of een alternatief moeten bieden. Een oplossing met een projectontwikkelaar om gezamenlijk tot een transformatie te komen is denkbaar. Daarbij is het wel zaak dat ook de centra die profiteren bijdragen. Laat ons ondernemen en geef ons duidelijkheid.

3.7.2 Het Oude Dorp De Bilt

Het Oude Dorp is eigenlijk geen winkelcentrum maar een 'verzameling ondernemers' die creatief/ambachtelijk/onderscheidend ondernemen. Het heeft een gemengd milieu met de nadruk op creatieve bedrijvigheid en aanvullende horeca in het hogere segment. In de zomer trekt het vooral recreatief/voorbijgaand publiek. In de winter meer doelgericht publiek. Over het algemeen gemêleerd en ook veel publiek gericht op de restaurants.

De inwoners en ondernemers hebben gezamenlijk een toekomstvisie voor het gebied opgesteld die dit beeld onderschrijft. Er is een wens voor meer ambachtelijke, creatieve en dienstverlenende bedrijvigheid. Uit die visie blijkt verder een vrij conservatieve lijn voor het gebied; wonen is de hoofdfunctie en wordt belangrijk gevonden. Over uitbreiding van horeca wordt genuanceerd gedacht. Waar nog enige ruimte voor clustering van activiteiten en horeca gezien wordt is de voormalige Kia-Garage op de driesprong.

- Het is voor het oude dorp de uitdaging om de kwaliteiten van het Utrechts Science Park en de Life Science-as te benutten waar mogelijk. Denk aan lunch/koffie/ontspanning
- Er is geen klassiek onderscheid food vs non-food aanwezig.
- Meer creativiteit en met name wat meer focus en kwaliteit in de driesprong ofwel het gebied van de 'Kia-garage'.
- Parkeren is een probleem, hier is een oplossing wenselijk.
- Het gebied 'vult zich wel weer'. Door de grote diversiteit en veelheid aan leuke interessant ondernemers is het een veerkrachtig stukje "Biltse Twijnstraat".
- Het gebied heeft aantrekkingskracht en zit vol met leuke verrassingen. Die kracht en kwaliteit komt letterlijk vanuit het oude dorp zélf.
- Parkeren is cruciaal om mee aan de slag te gaan

Aandachtspunten:

- Aandacht voor terrasbeleid/terrasruimte, ook irt parkeerplaatsen
- Aandacht voor afval
- Aandacht voor parkeeroverlast.

- Aandacht voor overlast van 'zware' horeca
- Horeca- en verblijfskwaliteit moet op een hoger plan komen.
- Door in bestemmingsplan heldere afspraken te maken en de focus voor evt ontwikkelingen (lichte categorie horeca) op het Kia-plein te leggen kunnen we stappen maken. In de gaten houden van type horeca (niet te zwaar) is cruciaal!
- Juist de meerwaarde van de beleving moeten we vermarkten.
- Inspelen op de wens van de klant. Beleving, ervaring en funshoppen.
- Blurring biedt het oude dorp kansen. Denk aan kookworkshops, koffiecorner, kookdemonstraties, proeven, doen, voelen, leren, ervaren.
- Vastgoedeigenaren mogen best wat meer bereidheid tonen en een gebaar maken. Ze mogen daar ook op aangesproken worden. Enige druk kan ook geen kwaad, denk aan een leegstandsverordening.
- Focus met name op de Driesprong/Kia-plein en niet op de uiteinden van het oude dorp. Juist in het midden liggen kansen en moet wat meer ondernemersruimte komen.
- Het oude dorp zou het fijn vinden als er een maandelijks/jaarlijkse markt georganiseerd kan worden. Met name ambachtelijk/ biologisch maar vooral passend binnen de schaal en het profiel. Hier kan de gemeente in helpen. Parkeertechnisch is dit een uitdaging.
- Laat algemene belang prevaleren maar geef individuele ondernemers wel de ruimte en vrijheid om te ondernemen. Handhaving is daarbij wel een serieus onderwerp.

3.7.3 Winkels Bilthoven-Noord (Het Kleine Dorp en PLUS)

Het Kleine Dorp heeft winkels die goed voorzien in de lokale behoefte en het centrum heeft veel vaste klanten. Er wordt goed ingespeeld op de laatste trends (online bestellen voor 12.00 uur is dezelfde dag geleverd, maaltijdservice, postagentschap, stomerijservice). Alles bij elkaar biedt het centrum een compleet aanbod. De doelstelling van de ondernemers is het maximaal binden van de consument in het directe marktgebied. De zondagopenstelling heeft een positieve impuls gegeven aan de omzet. De komst van een 3^e supermarkt in Bilthoven Centrum zal de nekslag betekenen voor de Spar supermarkt en daarmee het hele winkelcentrum aan de Bilderdijklaan geeft men aan. Tevens is het van belang de parkeerruimte in het Kleine Dorp te verbeteren.

PLUS

De PLUS is een lokaal functionerende eigentijdse full service supermarkt met een essentieel onderdeel van het dagelijkse aanbod die door de combinatie van een groot assortiment en veel acties een heel brede doelgroep bedient. Wanneer er niets gebeurt zal er een zichtbare investeringsachterstand ontstaan met als gevolg een afnemende klantenstroom. Tijdig investeren leidt tot een volledig productaanbod/volop innovaties/grote klantenstroom/parkeerterrein gevuld etc.

Aandachtspunten:

- Investeren in bereikbaarheid/parkeergemak/laden-lossen/maximalisatie openingstijden.
- Beperkte uitbreiding WVO met 350 m² gewenst.
- Uitbreiding Parkeren met 30 Plaatsen

3.7.4 Horeca

Er is in de gemeente De Bilt sprake van verspreide horeca en horeca in de bestaande (winkel)centra. Er is behoefte aan meer toegankelijkheid en gezelligheid in de centra. Horeca kan in een centrum een publiekstrekkende rol vervullen maar is over het algemeen meer een kans voor detailhandel dan dat het de oplossing is. Horeca en detailhandel kunnen elkaar versterken, het moet echter niet doorslaan. Daarom is het van belang gedoseerd en weloverwogen nieuwe horeca toe te voegen. Uiteraard wel passend binnen de schaal. Betere combinatie van horeca en detailhandel binnen de drie centra is van belang. De horeca kan ook op een hoger plan. Daarnaast is enige horeca in de buitengebieden ook belangrijk, de focus moet echter op de drie centra liggen. En gedoseerd is van belang, de terrassen moeten wel gevuld zijn. Van cruciaal belang is aantrekkelijke horeca óp en direct naast het station. Benut die extra kwaliteit.

Aandachtspunten:

- Toekomstbestendige horeca moet door een juiste mix van laagwaardige toegankelijke horeca én hoogwaardige exclusieve horeca.
- De gemeente zou zich wat flexibeler op kunnen stellen en soepeler kunnen omgaan met terrassen in de drie centra.

- Ook mag/kan de centrummanager en/of de gemeente pro-actiever optreden en een zogenaamd makelpunt instellen dat ondernemers helpt contacten te leggen en ruimte (voor panden en vergunningen) te vinden.
- Voor horeca is, mits zorgvuldig en met mate, nog wel enige uitbreidingsruimte. Let daarbij ook op afstemming mbt de horecategorisering A, B, C of D. Laat niet alles helemaal vrij maar zorg dat je flexibel bent als gemeente. Bouw als gemeente ruimte voor advies van ondernemers, middenstandsoverleg, brancheorganisaties en betrokkenen in.

3.7.5 Verspreide bewinkeling en perifere detailhandel

Verdere uitbreiding en/of toevoeging van perifere detailhandelsvestigingen is onwenselijk. Bij dergelijke initiatieven is de ladder voor duurzame verstedelijking zeer belangrijk om te volgen. Uitzondering hierop vormen kleinschalige ondergeschikte vestigingen in het buitengebied. Voor landwinkels en agrarische nevenactiviteiten moet ruimte zijn in het kader van een vitaal platteland.

4 Relaties met andere beleidsvelden

In dit hoofdstuk worden kort de relaties van detailhandel en horeca met andere beleidsvelden benoemd.

4.1 Economisch beleid

4.1.1 Werkgelegenheid

De detailhandel in de gemeente De Bilt biedt veel werkgelegenheid. Onze inwoners hebben baat bij een goed functionerende detailhandel. Vooral daar waar het het in dienst nemen van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt betreft is er in de detailhandel en de horeca nog veel te bereiken.

4.1.2 Life Science As

De life science as ontwikkelt zich tot een van de motoren van de Biltse economie. Het is belangrijk dat de relatie met die andere motor; de detailhandel en horeca, op een goede en constructieve manier wordt gelegd. Hierbij is het kiezen van een creatieve en wederzijdse aanpak de sleutel tot succes.

4.1.3 Kennisinstituten

De Bilt staat bekend om zijn kennisinstituten. Deze instituten en de kracht die hier vanuit gaat kan door de detailhandel en de horeca worden benut.

4.1.4 Diensten- en creatieve sector

De dienstensector en de creatieve sector zijn de sectoren waarin mensen veelal overdag, tijdens openingstijden van de detailhandel, werken. Het is voor de ondernemers in de detailhandel van cruciaal belang om op een innovatieve en creatieve wijze in te spelen op de behoefte van die kapitaalkrachtige maar tegelijkertijd weinig tijd hebbende dienstensector.

4.1.5 Agrarische sector

Door de wens tot agrarische verbreding en nevenactiviteiten is het op gebied van detailhandelsbeleid wenselijk om detailhandel als nevenactiviteit in het buitengebied van de gemeente de Bilt te faciliteren. De kracht van een vitaal platteland zit erin dat er naast agrarische activiteiten ook ruimte is voor recreatieve activiteiten en medegebruik. Zonder deze twee pijlers loopt het voortbestaan van een vitaal platteland risico.

4.1.6 Industrie, groothandel en bouw

In De Bilt vormen de industrie, groothandel en bouw geen sectoren met substantiële raakvlakken met de detailhandel en de horeca. Wanneer zich hierin kansen voordoen moeten die benut worden.

4.1.7 Recreatie

Recreatief winkelen richt zich hoofdzakelijk op de Utrechtse binnenstad. Waar mogelijk kunnen de centra Bilthoven en Hessenweg/Looydijk zich wel voor de Biltse inwoners richten op vergroting van de verblijfskwaliteit om zo de afvloeiing naar belevingscentra enigszins te verminderen.

4.2 Horeca en Blurring

Met blurring wordt bedoeld: meerwaarde door mengen van horeca, detailhandel en dienstverlening.

4.3 Mobiliteit, Verkeer en Parkeren

Mobiliteit, verkeer en parkeren zijn onderwerpen die een nauwe relatie hebben met het (goed) functioneren van detailhandel. Op winkelcentrumniveau is het cruciaal dat er voldoende en goede parkeergelegenheid is. Door bronpunten op de juiste positie te situeren kan een centrum versterkt worden. Tegelijkertijd kan de aantrekkingskracht van winkels bij omwonenden van winkelcentra tot overlast en ontevredenheid leiden. Hierin moet een goede afweging gemaakt worden.

4.4 Woningbouw en demografie

Zie ook paragraaf 3.2.3. De inwonerprognose van De Bilt (ca 42.000 inwoners) leidt de komende jaren tot een minimale stijging, om het inwonertal op peil te houden en de huishoudensverdunding te compenseren is bouw van nieuwe woningen gewenst. Er worden jaarlijks ongeveer 25 woningen bijgebouwd in de gemeente De Bilt. Dit aantal leidt in combinatie met de trend van huishoudensverdunding per saldo niet tot noemenswaardige extra bestedingen in de detailhandel.

Daarnaast is in De Bilt sprake van vergrijzing, die vergrijzing is ongunstig voor de positie van de detailhandel in De Bilt. Uit onderzoek blijkt dat deze consumenten 'alles al hebben', minder gevoelig zijn voor trends, gehecht zijn aan de spullen die ze hebben en hun geld liever besteden aan uitjes en reizen. Ook geven mensen boven de zeventig nog maar de helft uit aan non-food producten ten opzichte van daarvoor.

4.5 Burgerparticipatie

Ook de Biltse inwoners hebben een rol en een verantwoordelijkheid om de detailhandel en de horeca toekomstvast te maken en te houden. Door in de eigen buurt te winkelen neemt de mobiliteit af en kunnen lokale winkels bestaansrecht opbouwen en behouden.

4.5.1 Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen

Dit thema wordt als een steeds belangrijker wordende rode draad van het beleid gezien. Het gaat hier niet alleen om maatschappelijk gewenst beleid maar ook om onontkoombaar beleid. Lokaal, nationaal en internationaal is de noodzaak aanwezig om het milieu te sparen en om ook om mensen te betrekken bij de werkgelegenheid die een beperking hebben tot de arbeidsmarkt.

4.5.2 Circulaire economie

Een logisch uitvloeisel van een duurzame economie is een circulaire economie verstaan. Onder het begrip circulaire economie wordt een economisch systeem verstaan waarin het milieu en grondstoffen voorraden worden gespaard en waarin reststoffen volledig opnieuw worden ingezet in het systeem. De energie voor een zuivere kringlooeconomie dient afkomstig te zijn van duurzame bronnen, zoals zon en wind. Dit in navolging van het natuurlijke systeem. Hergebruik van grondstoffen en producten is leidend bij de inrichting van de lokale economie.

Door dit thema leidend te maken ontstaan er nieuwe kansen als De Bilt voorop loopt, waardoor het een voorbeeldfunctie kan vervullen voor andere gemeenten.

Een voorbeeld van de circulaire economie is de levering van regionale producten, die productie en consumptie van lokale producten bestedingen stimuleert. Een ander voorbeeld is het hergebruik van producten zoals in tweedehands winkels in Bilthoven en De Bilt.

4.5.3 Prosumptie in de informele economie

Voor allerlei producten is er een toenemend aantal consumenten die ook voor eigen consumptie produceert. Voorbeelden daarvan zijn huizen met zonnepanelen, mensen die eigen groenten verbouwen en planten kweken. Maar ook mensen die via marktplaats onderling producten verkopen. Die zelf vakanties boeken. Een repair werkplaats of een doe-het-zelf garage. Deze trend zal zich verder uitbreiden en zal weliswaar de omzet in de formele economie kunnen verminderen maar ook kansen biedt om halffabrikaten en speciale diensten aan consumenten aan te bieden, zoals in de doe-het-zelf winkels. Het internet is daarbij een belangrijke generator om informatie over eigen productiemogelijkheden te vergaren.

4.6 Nationaal en provinciaal beleid

4.6.1 Landelijk beleid: retailagenda

Landelijk staat detailhandel hoog op de (politieke) agenda. Dat hangt samen met de toename van de winkelleegstand de afgelopen jaren. Deze leegstand is over het algemeen erg zichtbaar en heeft een groot effect op het woon- en leefklimaat in Nederland. De leegstand is het gevolg het veranderd consumentengedrag en van grote, structurele veranderingen in de detailhandel met een overschot aan winkelvierkante meters tot gevolg. In maart 2015 verscheen de retailagenda van het ministerie van Economische Zaken. Daarin kondigt minister Henk Kamp aan dat provincies en gemeenten moeten inspelen over deze veranderingen in de sector en keuzes moeten maken tussen winkelgebieden op basis van het perspectief voor detailhandel. Transformatie en afbouwen van winkelvierkante meters zijn daarbij belangrijke termen, maar ook het verminderen van de regeldruk en het experimenteren met regelvrije

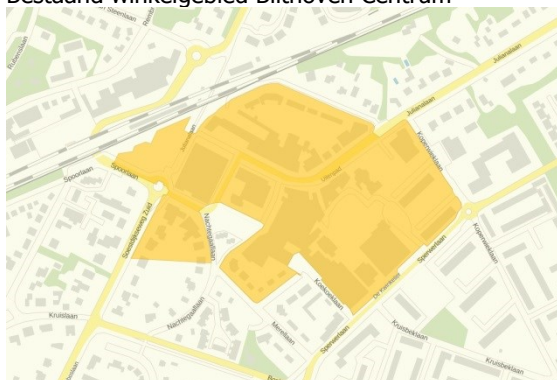
zones om ondernemers meer vrijheid te geven op plekken waar dit wenselijk is. Niet langer gaat het over uitbreiding, maar over concentratie, vitaliteit en versterken van gebieden. Samenwerking op allerlei niveaus is hiervoor nodig. Onderdeel van de retailagenda is een uitvoeringsprogramma voor de periode 2015 -2017 waarin het sluiten van Retaildeals met 50 gemeenten staat opgenomen. De gemeente is in eerste instantie aan zet, maar ook provincies moeten hun regierol steviger gaan inzetten op het ruimtelijk- en economisch detailhandelsbeleid. Een belangrijk uitgangspunt van de retailagenda is: De consument staat centraal! En dat betekent dat er soms ingrijpende en pijnlijke keuzes gemaakt moeten worden, maar die keuzes zijn nodig om ook naar de toekomst toe levendige en aantrekkelijke winkel- en centrumgebieden te behouden.

4.6.2 Provinciaal beleid

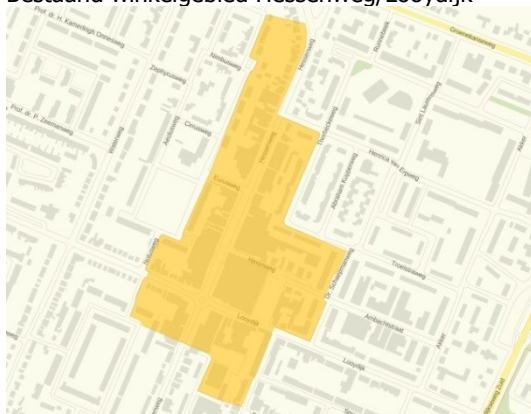
Op 12 december 2016 heeft provinciale staten de herijkte Provinciale Ruimtelijke Structuurvisie (PRS) en de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRV) 2013 – 2028 vastgesteld. Door een aantal ingrijpende veranderingen in de detailhandelssector zoals de toenemende rol van internet als oriëntatie- en aankoopkanaal, veranderende wensen van consumenten en nieuwe winkelconcepten is er sprake van een groeiende structurele leegstand aan winkelruimte. Winkels concentreren zich met name in binnensteden en thematische winkelcentra aan de rand van de steden. Uitzondering zijn winkels die zich richten op de dagelijkse boodschappen, die vestigen zich meer op goed bereikbare (perifere) locaties. Door deze ontwikkelingen komen vooral centra van kleine en middelgrote gemeenten en kleinere wijkcentra onder druk te staan. De provincie Utrecht wil voldoende ruimte bieden aan de veranderende wensen van consumenten. Er wordt ingezet op de binnenstedelijke vernieuwing en transformatie van verouderde winkelcentra. Bij ruimtelijke plannen voor nieuwe grootschalige detailhandelsontwikkelingen vragen wij bij gemeenten aandacht voor regionale afstemming en het overtuigend aantonen van de behoefte. De ontwikkeling van detailhandel buiten de rode contouren (anders dan de verkoop van eigen producten als nevenfunctie op een agrarisch bedrijf) staan wij niet toe.

In de bij PRV verordening behorende verbeelding heeft de provincie het 'bestaand winkelgebied' aangegeven. Voor de gemeente De Bilt betekent dat:

Bestaand winkelgebied Bilthoven Centrum



Bestaand winkelgebied Hessenweg/Looydijk



3. Een ruimtelijk besluit voor gronden die zijn aangewezen als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' bevat bestemmingen en regels die voorzien in een bestemmingswijziging van bestaande detailhandelsbestemmingen naar andere functies indien:
 - a. de bestemming detailhandel nog niet is gerealiseerd, en
 - b. er nog geen op bouwvergunning op grond van de Woningwet of omgevingsvergunning op grond van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht is aangevraagd, en
 - c. er geen zicht is op realisatie van de bestemming binnen de planperiode.
4. De toelichting op een ruimtelijk besluit voor gronden die zijn aangewezen als 'Detailhandel buiten bestaand winkelgebied' bevat een ruimtelijke onderbouwing waaruit blijkt dat aan de genoemde voorwaarden is voldaan.
5. Gedeputeerde Staten kunnen de grenzen van gronden die zijn aangewezen als 'Bestaand winkelgebied' wijzigen.

5 Koopstromenonderzoek Randstad 2016

Persbericht Koopstromenonderzoek 2016:

Worldwide web grootste winkelcentrum Randstad

Inwoners van de Randstad besteden bijna 12% van hun totale uitgaven aan producten bij webwinkels. Het worldwide web is daarmee het grootste winkelcentrum van de Randstad. Dat is één van de conclusies uit het 'Koopstromenonderzoek' van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht. Met bijna 32.000 winkels is internet het grootste winkelgebied van Nederland. De bestedingen bij webwinkels zijn in vergelijking met 2011 bijna verdubbeld. Inwoners uit de Randstad besteden 11,9% van hun uitgaven aan producten bij webwinkels. Voor de dagelijkse boodschappen gaat het om 1,6% van de totale uitgaven. Dit was in 2011 nog 0,8%. Voor de niet-dagelijkse aankopen (zoals kleding, elektronica, etc.) groeide dit van 11% in 2011 naar 21,6% in 2016. Naar verwachting zet deze groei door aangezien vooral jongeren relatief veel online kopen.

Kleine en grote winkelcentra doen het goed.

Consumenten zijn hun dagelijkse boodschappen dichterbij huis gaan doen. Hiervan profiteren vooral de kleinere winkelcentra. Ondanks de toenemende rol van webwinkels, versterkten ook de grootste centra in de grote steden hun positie voor de niet-dagelijkse aankopen. De middelgrote winkelcentra tussen de 40.000 en 60.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) in wijken en stadsdelen hebben het het moeilijkst.

Winkelende toeristen in Amsterdam

In het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 zijn voor het eerst toeristische bestedingen in het onderzoek meegenomen. Daarbij valt op dat de extra winkelbestedingen die het toerisme oplevert relatief beperkt zijn. Het toeristische bestedingssaldo (€ 1,1 miljard) staat gelijk aan 2,6% van het totale bestedingspotentieel van de Randstad. Amsterdam is in haar eentje goed voor ongeveer de helft van het totale toeristische bestedingssaldo (€ 580 miljoen). Hiermee is Amsterdam de absolute en uitzonderlijke topper in de Randstad

Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht

Het Koopstromenonderzoek 2016 is uitgevoerd in opdracht van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht. Het onderzoek biedt inzicht in het winkelgedrag binnen de drie Randstadprovincies. Provincies en gemeenten kunnen de cijfers gebruiken als onderbouwing van hun detailhandelsbeleid en -visies. Aan het onderzoek hebben 100.000 huishoudens in Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht meegewerkt. Het volledige rapport is te vinden op www.kso2016.nl.



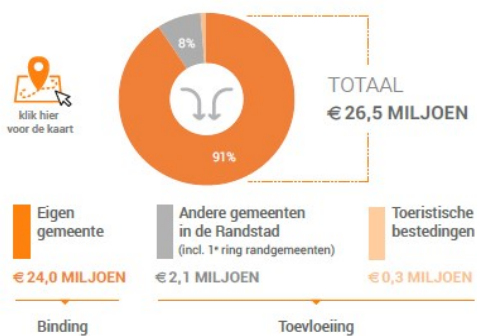
Consumentenbestedingen detailhandel

Type aankooplocatie: **Centrumlocatie**
Omvang: **10.000 tot 20.000 m²**

Dagelijkse artikelen

(zoals levensmiddelen en drogisterijartikelen)

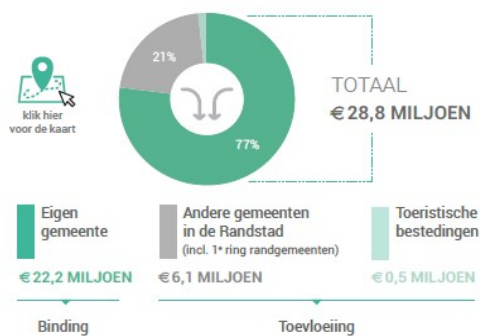
Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?



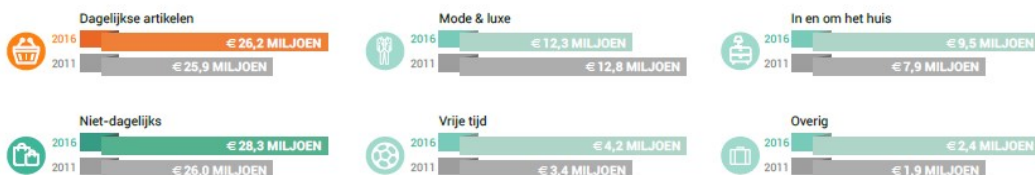
Niet-dagelijkse artikelen

(zoals mode & luxe, vrije tijd en in en om het huis)

Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?



Bestedingen per branche (excl. toeristische bestedingen)



Economisch functioneren

Dagelijkse artikelen

Vergelijking	locatie 2016	locatie 2011	benchmark 2016
Aandeel bestedingen aankooplocatie in totale gemeentelijke bestedingen*	22%	27%	28%
Aandeel toevloeiing in totale bestedingen aankooplocatie*	8%	18%	14%
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 6.636		€ 7.974

* (excl. toeristische bestedingen)

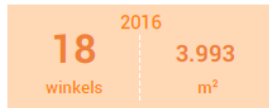
Niet-dagelijkse artikelen

Vergelijking	locatie 2016	locatie 2011	benchmark 2016
Aandeel bestedingen aankooplocatie in totale gemeentelijke bestedingen*	50%	45%	25%
Aandeel toevloeiing in totale bestedingen aankooplocatie*	22%	30%	24%
Gemiddelde bestedingen per m ²	€ 2.651		€ 2.430

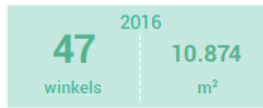
* (excl. toeristische bestedingen)

Winkelaanbod (Bron: Locatus)

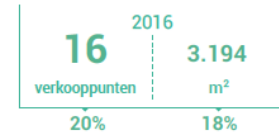
Dagelijkse artikelen



Niet-dagelijkse artikelen

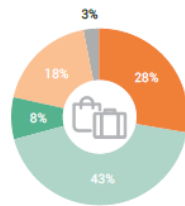


Leegstand

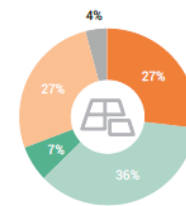


Leegstandspercentage: leegstand / (totale winkelaanbod + leegstand)

Verdeling winkels naar branche

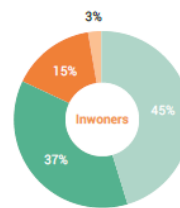
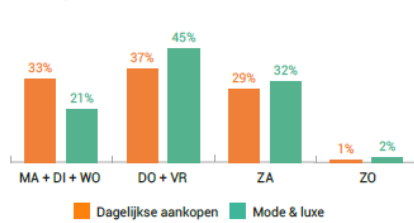


Verdeling m² naar branche



Bezoekkenmerken en waardering

Aankoopmomenten door de week



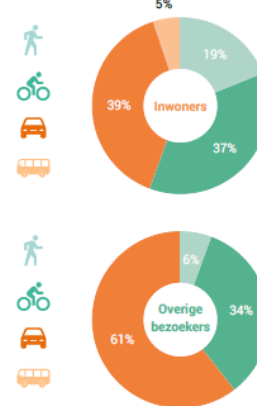
Verblijfsduur



Rapportcijfers winkelvoorzieningen

	inwoners	overige bezoekers	totaal	benchmark
Totaal oordeel	7,2	7,5	7,3	7,7
Winkelaanbod	6,8	7,5	6,9	7,4
Sfeer en uitstraling	6,4	7,3	6,5	7,4
Veiligheid	7,7	7,5	7,7	7,9
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	7,0	7,5	7,1	7,8
Parkeermogelijkheden auto	7,8	7,7	7,8	7,7
Parkeertarieven auto	8,8	9,5	8,9	8,5
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	7,5	7,9	7,5	7,7
Bereikbaarheid per auto	8,2	8,3	8,2	8,0
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	7,5	7,6	7,5	7,1
Bereikbaarheid per fiets	8,7	8,4	8,7	8,6
Horeca-aanbod	7,5	7,4	7,5	7,5
Evenementen	6,2	5,5	6,1	6,9
Faciliteiten <small>bijvoorbeeld wc, wifi, afhaalpunt, bankjes</small>	5,6	5,4	5,5	6,5

Vervoermiddel





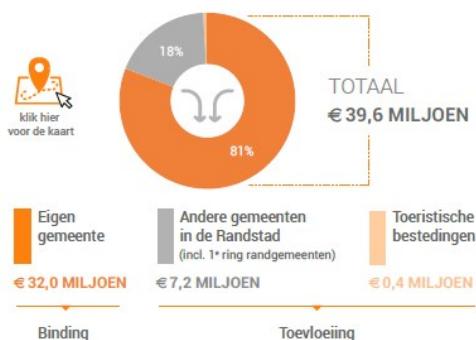
Type aankooplocatie: **Centrumlocatie**
Omvang: **10.000 tot 20.000 m²**

Consumentenbestedingen detailhandel

Dagelijkse artikelen

(zoals levensmiddelen en drogisterijartikelen)

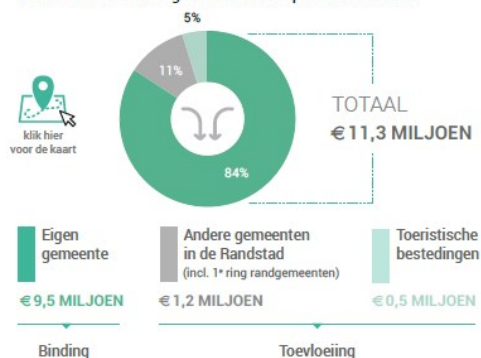
Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?



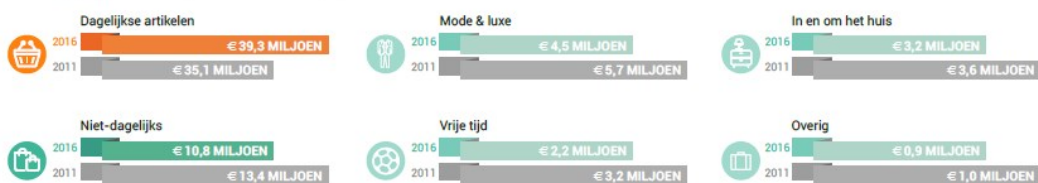
Niet-dagelijkse artikelen

(zoals mode & luxe, vrije tijd en in en om het huis)

Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?



Bestedingen per branche (excl. toeristische bestedingen)



Economisch functioneren

Dagelijkse artikelen

Vergelijking	locatie 2016	locatie 2011	benchmark 2016
Aandeel bestedingen aankooplocatie in totale gemeentelijke bestedingen*	33%	37%	28%
Aandeel toevloeiing in totale bestedingen aankooplocatie*	18%	12%	14%
Gemiddelde bestedingen per m ²	€9.364		€7.974

* (excl. toeristische bestedingen)

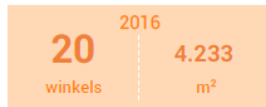
Niet-dagelijkse artikelen

Vergelijking	locatie 2016	locatie 2011	benchmark 2016
Aandeel bestedingen aankooplocatie in totale gemeentelijke bestedingen*	19%	23%	25%
Aandeel toevloeiing in totale bestedingen aankooplocatie*	12%	12%	24%
Gemiddelde bestedingen per m ²	€1.648		€2.430

* (excl. toeristische bestedingen)

Winkelaanbod (Bron: Locatus)

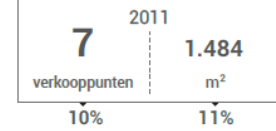
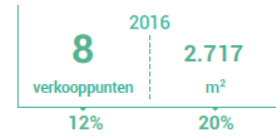
Dagelijkse artikelen



Niet-dagelijkse artikelen

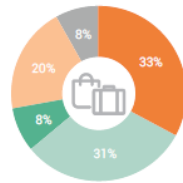


Leegstand

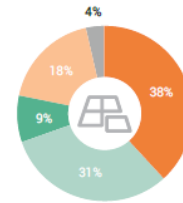


Leegstandspercentage: leegstand / (totale winkelaanbod + leegstand)

Verdeling winkels naar branche

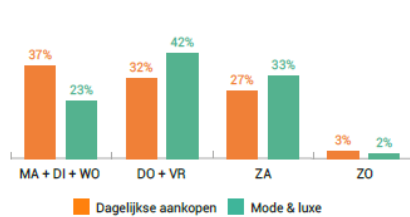


Verdeling m² naar branche

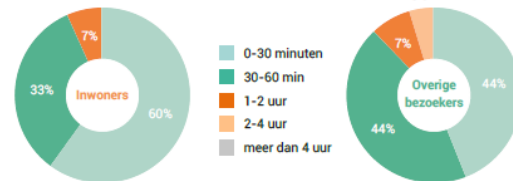


Bezoekenmerken en waardering

Aankoopmomenten door de week



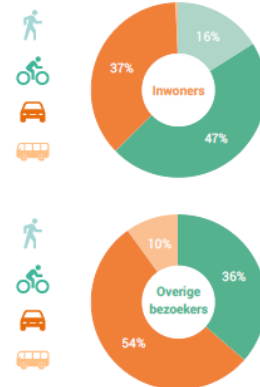
Verblijfsduur



Rapportcijfers winkelvoorzieningen

	inwoners	overige bezoekers	totaal	benchmark
Totaal oordeel	7,7	7,8	7,7	7,7
Winkelaanbod	7,5	7,6	7,5	7,4
Sfeer en uitstraling	7,0	7,5	7,1	7,4
Veiligheid	7,6	7,9	7,7	7,9
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	7,4	7,8	7,5	7,8
Parkeermogelijkheden auto	6,6	7,6	6,8	7,7
Parkeertarieven auto	9,5	8,1	9,2	8,5
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	7,6	7,8	7,6	7,7
Bereikbaarheid per auto	7,7	8,1	7,7	8,0
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	7,4	7,7	7,4	7,1
Bereikbaarheid per fiets	8,6	8,4	8,6	8,6
Horeca-aanbod	6,9	7,1	6,9	7,5
Evenementen	6,3	5,3	6,2	6,9
Faciliteiten <small>bijvoorbeeld wc, wifi, afhaalpunt, bankjes</small>	5,8	6,7	6,0	6,5

Vervoermiddel



6 Leefstijlen in de gemeente De Bilt

Wie zijn de bezoekers van de winkels in De Bilt? Wat zijn hun wensen, behoeften en interesses? Naar welke belevenissen en ervaringen zijn zij op zoek tijdens een dagje winkelen en hoe kun je daar als ondernemer, als winkelstraat en centrum goed op inspelen? In de recreatiesector wordt het Brand Strategy Research-model (BSR) van SmartAgent (nu SAMR) en NBTC/NIPO gebruikt om inzicht te krijgen in de leefstijlen van toeristen. Seinpost heeft samen met zusterbedrijf ZKA dit model toegepast op de winkelstraat/het centrum.

Toelichting BSR-model

De belevingswerelden (doelgroepen) voor recreatie zijn bepaald met behulp van het BSR-model van SmartAgent. Het BSR-model bestaat uit twee dimensies, waarmee we het consumentengedrag voor een belangrijk deel kunnen verklaren; de sociologische en de psychologisch dimensie:

- De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn/haar omgeving (groep) is gericht. Mensen aan de egokant zijn meer individualistisch en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen aan de groeps kant passen zich sneller aan bij de mensen in hun sociale omgeving en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal;
- Met de psychologische dimensie (de verticale as) wordt onderscheid gemaakt tussen een meer extraverte of open houding naar de samenleving en een meer introverte of gesloten houding naar de samenleving.

Op deze wijze ontstaan vier kwadranten, die we in BSR® termen de belevingswerelden noemen. Aan de vier belevingswerelden zijn vier kleuren gekoppeld:

- Rode belevingswereld (vitaliteit)
- Gele belevingswereld (harmonie)
- Groene belevingswereld (zekerheid)
- Blauwe belevingswereld (controle)

Figuur B2.17 De vier belevingswerelden



In de recreatiesector worden deze vier belevingswerelden nog verder worden uitgewerkt in zeven leefstijlen. In het model voor de winkelstraat/het centrum hanteren we de vier belevingswerelden.

Belevingswerelden in de gemeente De Bilt

Onderstaande tabel geeft inzicht in verdeling van de inwoners van de gemeente De Bilt naar de vier belevingswerelden uit het BSR-model.

Tabel B2.10 De Bilt naar vier belevingswerelden

	Nederland	Provincie Utrecht	Regio Utr. Heuvelrug / Kromme Rijn	Gemeente	Index gemeente tov NL
Rood	17%	20%	18%	20%	115
Geel	30%	26%	27%	22%	74
Groen	28%	26%	29%	28%	99
Blauw	25%	29%	26%	30%	123

Hieruit blijkt dat de blauwe belevingswereld het grootst is in de gemeente De Bilt. Bijna een derde van de inwoners behoort tot de blauwe belevingswereld. Daarnaast is het opvallend dat deze doelgroep significant groter is dan gemiddeld in Nederland (zie indexcijfers). Het zijn de ambitieuze en vitale doelgroepen die de voorkeur geven aan stijlvol, exclusief en verwennen. Deze doelgroep zal met name in Bilthoven sterk vertegenwoordigd zijn vanwege de hogere inkomensgroepen. De tweede oververtegenwoordigde doelgroep is de rode belevingswereld. Ook die groep is significant groter dan gemiddeld in Nederland en vertegenwoordigt een vijfde van de inwoners uit de gemeente. Qua omvang is de groene belevingswereld de tweede doelgroep. Die zal wat sterker vertegenwoordigd zijn in de kern de Bilt (vertrouwd, niet te duur, toegankelijk).

Wat zoeken de mensen uit de blauwe, de rode en de groene belevingswereld in de winkelstraat en het horecagebied? De moodboards in figuur B2.18 geven een beeld van de wensen en behoeften van de diverse doelgroepen tijdens een bezoek aan het centrum/de winkelstraat.

Figuur B2.18 Groene belevingswereld



Figuur B2.19 Gele belevingswereld



Figuur B2.20 Blauwe belevingswereld

Winkelen
Blauw: stijlvol, exclusief, verwennen



Wil er goed bij lopen, naar de laatste trends. Merk is belangrijk. Efficiënt shoppen.



Horeca
Blauw: stijlvol, exclusief, verwennen





Het moet goed zijn, luxe en stijlvol, exclusief en formeel. Gaat ook om verwennen.



Openbare ruimte
Blauw: stijlvol, exclusief, verwennen




Moet er strak en netjes uitzien. Brede straten, goede parkeervoorziening




Figuur B2.21 Rode belevingswereld

Winkelen
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Gaat voor origineel, trendsetend, anders dan anders, met focus op het product. Winkelt vaak en graag en zoekt altijd weer nieuwe winkels op.






Horeca
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Wil nieuwe dingen uitproberen, trendy, gaat voor gezond maar soms ook voor gemak (hap onderweg). Interesse in streek- en seizoensproducten.







Openbare ruimte
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Kleine straatjes, veel terrasjes, reuring

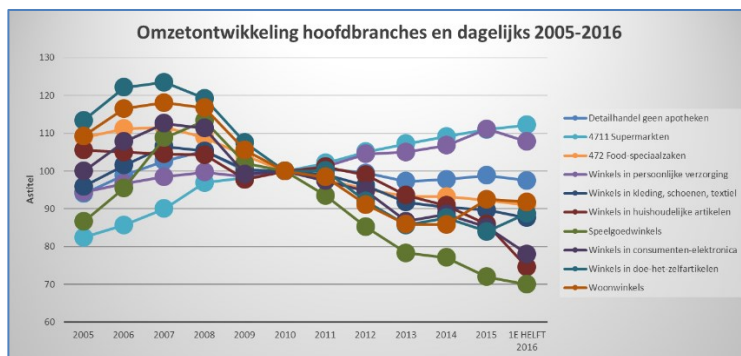





7 Trends in de detailhandel

- **Prijsbewuste consument:** de consument wordt steeds prijsbewuster door alle aanbiedingen het hele jaar rond en de informatie die beschikbaar is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet zoals bij webshops, reviews of via de sociale media, of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijzen te vergelijken. Het gevolg hiervan is prijsdruk. Hierdoor worden de winstmarges lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken.
- **Einde aan stagnatie in detailhandel:** de consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald ten opzichte van 2010, in 2013 met -1,5% en in 2014 is die ongeveer gelijk gebleven. In 2015 is de binnenlandse consumptie met 1,5% gestegen, evenals in 2016. De Nederlandse detailhandel is tot en met 2013 gekrompen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte van 2011 is de omzet in 2013 met 2,1 procent achteruit gegaan. In 2014 is de omzet met 0,5% gegroeid, in 2015 met 1,4%, en in 2016 met voorlopig 1,5% (bron: CBS, februari 2017). Vooral de supermarkten, woninginrichtingswinkels, bouwmarkten en de drogisterijen laten volgens het CBS weer groei zien. Branches die met name in de centrumgebieden gevestigd zijn zoals kleding / schoenen / textiel, huishoudelijke artikelen, speelgoed en consumentenelektronica ontwikkelen zich minder positief.

Figuur 1.1 Omzetontwikkeling hoofdbanches 2005-2016 in Nederland (2010 = 100)
Bron: HBD, CBS en Detailhandel.info

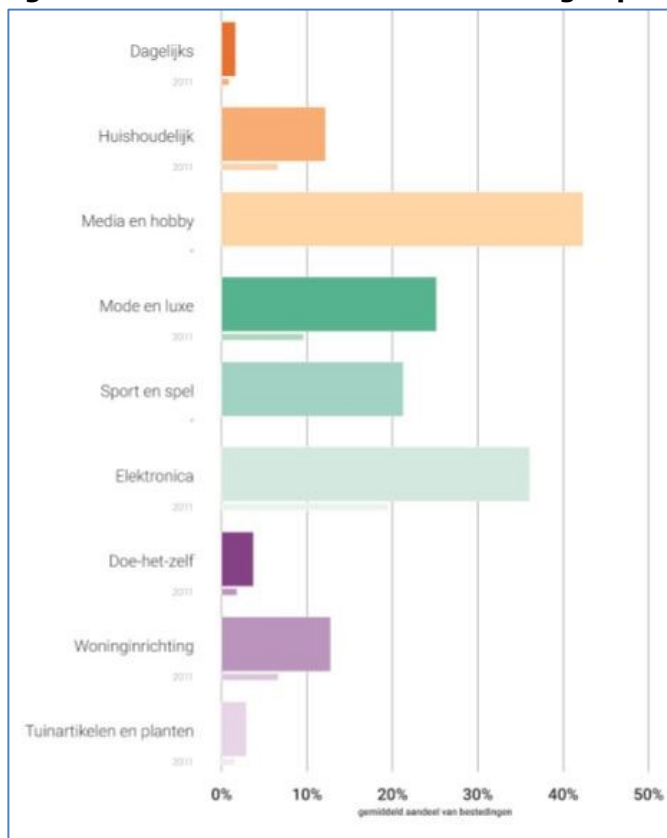


- **Economische situatie:** belangrijkste verklaring voor de detailhandelsontwikkeling is de terughoudendheid bij consumenten als de economische situatie minder gunstig is. De economie vertoont nu weer een groei en de voorspellingen zijn gunstig, ook de werkloosheid loopt terug. De koopkracht groeit weer sinds enkele jaren na een jarenlange daling.
- **Vergrijzing:** vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge leegstand ook de regio's die al sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD blijken 65-plussers per maand circa 30% minder uit te geven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging branchevervaging tegenovergestelde trend. Supergespecialiseerde winkels verkopen slechts één product(groep). Deze winkels worden 'monowinkels' genoemd en zijn met name in de grote steden te vinden. Door internetverkoop en -marketing weten zij een groot publiek te trekken.
- **Webwinkels:** in 2016 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel mogelijk gestegen naar € 10,0 miljard (bron: Thuiswinkel.org). Er worden per kwartaal groeipercentages genoemd van 15-20%. Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. In de non-food ligt het marktaandeel volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 op circa 22%, in de food op 1,6%, totaal 12%. Volgens Thuiswinkel.org is het marktaandeel in het tweede kwartaal van 2016 gegroeid naar totaal 14% ten opzichte van 10% eind 2014. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen

volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving. De branches die daarvan het meeste merken zijn de electronica, software / computers, hobby-media, speelgoed, huishoudelijke artikelen en kleding en schoenen. De online marktaandelen verschillen wel per bron en periode.

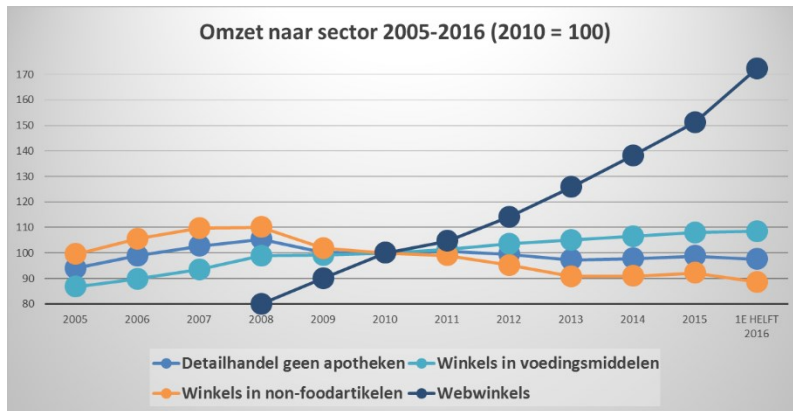
- Toegevoegde waarde winkelgebieden: voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.
- Verruiming winkeltijden: vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Het aandeel van de zondagsomzet bij de supermarkten is in de loop der jaren gegroeid van 0,69 procent (2007) naar 4,2 procent in 2015. De zondagsomzet is in 2016 met circa 10% gestegen. Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrij- en zaterdag. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te sluiten of de koopavond op te heffen.

Figuur 1.2 Marktaandeel internetbestedingen per branche



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016

Figuur 1.3 Omzetontwikkeling detailhandel, voedings- en genotmiddelen, non-food en webwinkels in Nederland (2010 = 100)



Bron: CBS Statline

Dienstverlening en ambacht: omdat steeds meer diensten worden gedigitaliseerd zie je dat het aanbod in deze sector afneemt. Dat is zichtbaar aan het verdwijnen van de postkantoren, de afname van het aantal bankfilialen en andere financiële dienstverleners, terugloop van reisbureaus e.d. De overige branches als verhuur, uitzendbureaus, makelaars e.d. vertonen een stabiel beeld. Binnen de ambacht is een groei van het aantal kapsalons, schoonheidssalons en nagelstudio's zichtbaar, mede een afgeleide van de beauty- en gezondheidstrends.

Het winkellandschap verandert snel en structureel (fysiek en organisch waaronder het idee van blurring)



8 Trends in de horeca

2.1 Algemene trends in de horeca

Er spelen allerlei trends die van invloed zijn op de horeca. Er is sprake van een grote dynamiek in het eet-, drink-, uitgaans- en vrije tijdsgedrag. Maatschappelijke veranderingen liggen hieraan ten grondslag zoals de individualisering (kleine huishoudens), de vergrijzing, de multiculturele samenleving, de consument die altijd druk en onderweg is en veranderend vrije tijdsgedrag.

De trends zijn sterk sector-overstijgend waardoor dranken, fastservice, restaurants en hotels steeds moeilijker van elkaar te scheiden zijn. De menukeuze wordt steeds breder, verdeeld over alle dagdelen en gekoppeld aan (verblijfs)arrangementen. Het terras is een belangrijke schakel om de klanten langer te binden waarbij de drankjes vanzelf overgaan in spijs (fastservice) of zelfs een maaltijd (restaurant). Het terras wint enorm aan belang. Hotels spelen ook in op de lokale en toeristische doelgroepen met restauratieve voorzieningen.

De horeca anticipeert op de veranderingen, met enerzijds gemak & snelheid (prijs) en anderzijds luxe & vakmanschap (kwaliteit). Het belang van beleving & ervaring wordt steeds belangrijker, en de gunfactor voor de ondernemer, het personeel of de formule. Open keukens (live-cooking experience) laten het ambacht zien van de ondernemer en bieden reuring en vermaak. Horeca speelt in op de zakelijke markt en evolueert naar een werkplek om zelfstandig te werken of voor zakelijke ontmoetingen. Voor de recreatie en het toerisme speelt de horeca met haar directe consumptie in op de primaire levensbehoeften. De innerlijke mens wordt hiermee behaagd en er wordt een aangenaam verblijf geboden: de altijd-alles-overal-consument die (iets) wil consumeren wanneer, wat en waar hij dat wil.

Ook de opkomst van online speelt een rol door de invloed van de sociale media en reviews, de groei van online kortingsacties en arrangementen.

Een horecavestiging is onderdeel van de totale locatiestrategie off- en online, inclusief tijdelijke vestigingen bij evenementen, met bezorgen en afhalen, cateringfaciliteiten etc. Afhalen en bezorgen groeien snel, mede door sites als thuisbezorgd.nl.

In het aanbod zien we specifieke ontwikkelingen. We noemen de schaalvergroting met vaak als reden de omzeteisen (wereldkeuken, food-courts), filialisering (Starbucks, Vapiano, Eataly, hotelketens etc.) en specialisatie (Nespresso, sappenbar). Bijzondere vormen zijn fast-dining (Happy Italy-achtig), 'on the move' en drive inn, of shared dining (geen eenpersoonsgerechten maar kleine hapjes in groepsverband). In opkomst zijn Bed & Breakfast, online (AirBnB, AirDnD), en tijdelijkheid (pop-up, food-trucks, catering). De horecasector professionaliseert steeds verder, een mooi voorbeeld zijn de strandbedrijven die zich permanent settelen met eigen belevingsconcepten.

Buiten de sector speelt blurring in de detailhandel, de opkomst van food-markets, para-commerciële activiteiten bij sportclubs, horeca in kantoren, op onderwijslocaties, ziekenhuizen en bij cultuur / leisure etc. De rol van horeca in winkelgebieden is ook aan het veranderen (internationaal onderzoek CBRE 2015). De consument verandert, hij consumeert bewuster, wordt grilliger en minder trouw (zap-cultuur). Er is volledige markttransparantie op kwaliteit (recensies) en prijs (iens, Groupon etc.). Spaarzegelacties zoals van Albert Heijn of Shell stimuleren het bezoek aan de horeca maar kunnen wel eerst betekenen dat de horeca een tweede maaltijd gratis aanbiedt.

De trends hebben hiermee effecten op de veranderende vraag naar horeca. De consument bepaalt steeds meer het succes en functioneren van een ondernemer, van een formule, een gehele branche of locatie.

2.2 Trends in de hotelsector

Meer specifiek voor de hotelmarkt zien we onder meer de volgende trends:

- Meer luxe en comfort: er is binnen de verblijfsmarkt een verschuiving gaande naar type accommodaties met meer luxe en comfort. Dit is gunstig voor de hotel- en B&B markt (en ongunstig voor de kampeermarkt);

- Groei Bed and Breakfast en verhuurmarkt: deze wordt groter, diverser en steeds professioneler. In dit verband zijn initiatieven als Stichting Bed & Breakfast Nederland, Wimdu en AirBnB treffende voorbeelden.
- Behoeftte aan scherpe prijzen en toch relatief hoge kwaliteit: De prijsstelling en het kwaliteitsniveau zijn belangrijke boekmotieven met name voor jongere doelgroepen (o.a. millennials);
- Bijzondere formules en concepten: nieuwe formules en concepten vormen internationaal een trend. Voorbeelden zijn sporthotels, casinohotels, zorg- en kraamhotels, health en/of wellness hotels, congresshotels, theaterhotels, etc. Dergelijke hotels trekken vaak een bepaald type gast aan en creëren daarmee ook nieuwe markt;
- Digitalisering en e-commerce: Het gebruik van het internet door consumenten voor het boeken van een hotelkamer neemt steeds verder toe door gebruik van reserveringssystemen via de eigen website, boekingsplatforms en speciale apps, internetreisbureaus, etc.

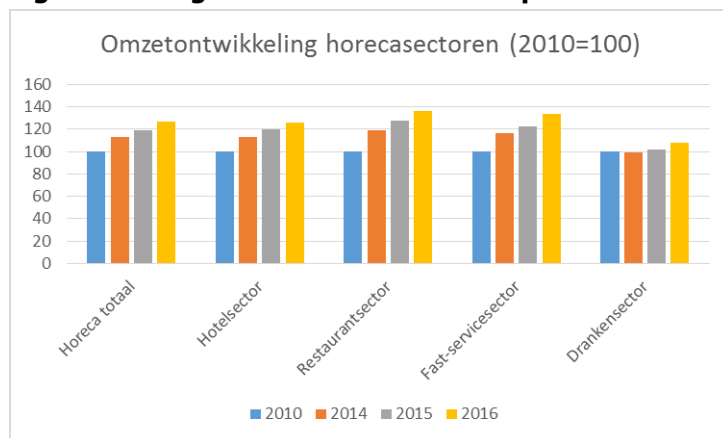
2.3 De omzontwikkeling en prognoses

Het gaat de laatste jaren goed met de horeca, met omzestijgingen van soms 4-5% per jaar. In de crisisjaren 2008-2011 lag dat anders in de horeca: eten en logies zitten na 2015 weer op het niveau van voor de crisis, cafés scoren nog een min van ruim 25%. In 2016 was sprake van een sterkere groei.

Volgens de ranglijst Horeca Top 100 2016 was 2015 in alle opzichten een recordjaar voor veel bedrijven uit deze top 100, met ook nog hoge groeiverwachtingen voor 2016. In 2016 is volgens het CBS de omzet in de horeca met een index van 8% gegroeid (2010 = 100): 12% in de fastservice, 6% aan dranken 8% in de restaurants en 6% in de hotels.

De prognoses in de horeca zijn positief (bron: ING, december 2016, en Rabobank Cijfers en trends). Dit komt met name door het hogere consumentenvertrouwen, de hogere bestedingsruimte en de lage inflatie. Hierbij wordt opgemerkt dat er gekeken moet worden naar de volume- en prijsontwikkeling.

Figuur Omzegtgroei horeca 2010-2016 per sector



Bron: CBS

Tabel Groeitempo horeca-omzet

Jaar	2015	2016	2017
Horeca	4%	8%	3%
Hotels	3%	6%	+
Restaurants	6%	8%	++
Cafetaria & fastservice	4%	12%	++
Cafés	0,5%	6%	+

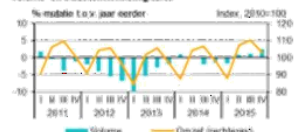
Bron: ING augustus 2016, cijfers 2016 CBS, prognoses 2017

Uit de cijfers van afgelopen jaren van ZKA (zie volgende pagina) is bijvoorbeeld af te lezen dat de volumes in de fastservice en restaurants gelijk oplopen met de omzet. Dat betekent dat de prijsontwikkeling ofwel de marge onder druk staat. Bij dranken en de hotels zie je een beperkte volumegroei. Onderstaand nog enkele trends per sector, en daarna enkele inspirerende en beeldende trends.

ZKA
LEISURE
Drankensector



Volume- en omzetontwikkeling cafés



Bron: CBS

Branches: pubs, buurtcafés, eetcafés, themacafés, koffiebars, discotheken (D1)

Dranken bij recreatie, sport, zalen- / partycentra, strand (D2). Zit slechts deels in de bestedingen en omzet, wel volledig in aanbod HorecaDNA

- 2015: indicatieve omzet € 3,3 miljard incl. BTW
- Groeit weer na 2014
- Effect antirook- en alcohol-beleid, hoge prijzen en accijnzen -> thuis indrinken
- Daling cafés en dancings, groei eetcafés, koffiebars
- Trends: ander uitgaans-gedrag, jeugd niet meer iedere week naar zelfde kroeg. Wel groei in uitgaan oudere leeftijdsgroepen (altijd jong blijven)
- Concurrentie van evenementen / festivals, optredens etc.
- Opgave: beleving, interieur, belang van aantrekkelijke terrassen

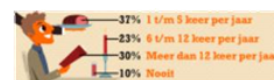
ZKA
LEISURE
Restaurantsector



Volume- en omzetontwikkeling restaurants



Bron: CBS



Bron: ING

- 2015: indicatieve omzet € 6,9 miljard incl. BTW
- Groeit sinds 2013
- Van fast (prijs, gemak) tot slow food (beleving, kwaliteit)
- kwaliteit / ambacht, specialiteit, healthy, local, doorgroei buitenlandse keukens
- Schaalvergroting en ketenvorming
- Tegentrend: kleinschalig, particuliere exploitant zoals AirDnD

ZKA
LEISURE
Fastservicesector



Volume- en omzetontwikkeling snackbars



Bron: CBS

Branches: afhaal / bezorg, cafetaria, fast food, lunchroom, ijs, pannenkoek, shoarma / grill / kebab, food-kiosk / mobiel, zelfbediening

- 2015: indicatieve omzet € 3,5 miljard incl. BTW
- Groeit vanaf 2013
- Nieuwe concepten, healthy, beleving
- Specialisatie / niches, gemak / gezondheid, snelheid / to go, drive-thru, pop-up
- Afname kleine traditionele snackbar, groei grotere fast food, lunchroom / broodjes, ijs, spijs, buitenlandse concepten
- Invloed food-trucks, afhalen / bezorgen (s geen horeca)
- Prijzen onder druk, de consument bepaalt

ZKA
LEISURE
Sector hotels



Overnachtingen in hotels



Bron: CBS

- 2015: indicatieve omzet € 4,3 miljard incl. BTW, sterke groei vanaf 2013, 35% is logies
- Groeit vanaf 2013. Met name in stedelijke regio's met sterke economie en toerisme
- Veel nieuw aanbod, ook verblijf overdag en werkplekken
- Trend: schaalvergroting, internationale ketens
- Tegentrend: opkomst B&B, AirBnB in grote steden

ENKELE KWALITATIEVE TRENDS IN DE HORECASECTOR



TRENDS: *Bezorgrevolutie & Technologie*
 24/7 verse en gezonde maaltijden van restaurants afgeleverd bij jou thuis na even invullen op je app. Hierdoor krijg je als klant service op maat.
FOTO: Deliveroo, bezorgt high quality maaltijden van toprestaurants als fastfood



TREND: *Branchevervaging*
 Grenzen vervagen: horeca, catering, retail alles begint door elkaar heen te lopen.
FOTO: Hutspot, Amsterdam: conceptstore en lunchroom



TREND: *Systeemgastronomie*
 Goede prijs/kwaliteitverhouding eten met een efficiënte achterkant
FOTO: Vapiano, fast casual self-service restaurant



TREND: *Tijdelijkheid*
 Experimenteerruimte voor ondernemers zorgt voor verrassing in een winkelgebied
FOTO: Eenmaal, Amsterdam: pop-up eenpersoonsrestaurant



TREND: *Niche*

Steeds meer concepten richten zich op een specifieke niche, zoals espresso, halal of sapjes, met de bijbehorende doelgroep.

FOTO: Dr.Blend, Amsterdam: Sapbar



TRENDS: *Multifunctioneel & gezondheid*

Een horecazaak moet voldoen aan steeds meer behoeftes van de bezoeker. Tegelijkertijd gaat de horeca een belangrijke rol spelen qua gezondheid van de bezoekers

FOTO: Welldent Bar, Amsterdam: Tandarts en bar ineen.



TREND: *Hotelbar*

De hotelbar is zijn slechte imago kwijt en fungeert steeds vaker als publiekstrekker. De hotelgast vindt er lokaal vertier en de local vindt er internationale contacten.

FOTO: Kevin Bacon Bar, Amsterdam: Hotelbar van Hotel not Hotel



TRENDS: *Duurzaam & Luxe*

Duurzaamheid is geen trend meer maar een lifestyle geworden. Tegelijkertijd worden het sobere design en de versleten vintagebanken van de afgelopen jaren vervangen door luxe en comfort.

FOTO: In de wulf, Dranouter België: Luxe duurzaam restaurant

Bronnen van deze detailhandelsnota:

- Distributieplanologisch onderzoek gemeente De Bilt, juni 2016
- Randstad Koopstromenonderzoek 2016, Winkelen in de Randstad, februari 2017
- Locatus benchmarkverkenner 2017, check websites retailformules maart 2017
- HorecaDNA 2017, de opvolger van de databank van het Bedrijfschap Horeca en Catering
- Horeca-ramingen ING Economisch bureau augustus 2016
- CBS Databestanden 2010-2016
- www.detailhandel.info
- Kaart- en presentatiemateriaal: Openstreetmap.org 2017, Apple Maps 2017, Canva.com 2017
- Fotodatabase Seinpost 2016-2017
- Leefstijlatlas dagrecreatie provincie Utrecht, 2011
- Werk aan de winkel: Nederlandse detailhandel in versnelling richting 2025, McKinsey, November 2016
- Apple Maps, 2017